



# Selvitys luonnon- ja luomukosmetiikka- sertifikaateista

---

Ylönen, Terhi

2012 Tikkurila

Laurea-ammattikorkeakoulu  
Tikkurila

## Selvitys luonnon- ja luomukosmetiikkasertifikaateista

Terhi Ylönen  
Kauneudenhoitoala  
Opinnäytetyö  
Marraskuu, 2012

Terhi Ylönen

### Selvitys luonnon- ja luomukosmetiikkasertifikaateista

Vuosi	2012	Sivumäärä	70
-------	------	-----------	----

Luonnonkosmetiikka ei ole uusi ilmiö, mutta se on viime vuosikymmeninä yleistynyt runsaasti. Sen myyntiluvut ovat nousseet ja tulevaisuudessa niiden ennustetaan kasvavan edelleen. Luonnonkosmetiikasta on tullut tärkeä osa kosmetiikkamarkkinoita ja sitä käyttävät hyvin erityyppiset kuluttajat.

Luonnonkosmetiikkaa ei määritellä lainsäädännössä. Sitä säätelee ainoastaan EU:n kosmetiikka-asetus 1223/2009, kuten muutakin kosmetiikkaa. Aidon luonnonkosmetiikan voi varmasti tunnistaa ainoastaan sertifikaattien perusteella. Ne ottavat huomioon koko tuotteen elinkaarren ja auttavat kuluttajaa erottamaan luonnonkosmetiikkatuotteet perinteisestä kosmetiikasta, jota mainostetaan tänä päivänä myös erittäin usein luonnollisuudella.

Sertifikaatteja on käytössä lukuisia, mutta vain muutama niistä on laajemmin tunnettu. Sertifikaatit ovat pyrkineet yhdistymään jo usean vuoden ajan, mikä helpottaisi muun muassa luonnonkosmetiikan määrittelyä. Eniten Euroopan johtavia sertifioijia on yhdistyneenä Cosmos-standardin alle.

Opinnäytetyössä tarkasteltiin luonnonkosmetiikkasertifikaattien yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia. Tavoitteena oli koota yhteistyöryitykselle tietoa erilaisista sertifikaateista. Koosteesta niiden vaatimuksia voidaan tarkistaa ja vertailla toisiinsa. Työ tehtiin kirjallisuusselvityksenä ja siihen valittiin vain eurooppalaisia sertifikaatteja, sillä muiden maanosien kosmetiikkalainsäädännöt eroavat EU:n laista.

Luonnonkosmetiikkasertifikaateista kertovaa kirjallisuutta on saatavilla rajallisesti. Lähteinä käytettiin pääasiassa sertifiointitahojen internet-sivuja, joilta löytyi parhaiten tietoa sertifikaattien kriteereistä. Tarkentavia tietoja kysyttiin lisäksi suoraan sertifiointia tarjoavilta yrityksiltä. Luonnonkosmetiikkaa käsittelevässä osuudessa käytettiin myös siitä kertovaa kirjallisuutta ja lehtiartikkeleita. Jokaista sertifikaattia tarkasteltiin ensin yksitellen, minkä jälkeen tärkeimmät asiat koottiin taulukkoon. Tutkittavina olivat Ecocert, Natrue, Cosmebio, BDIH, Soil Association, ICEA sekä Cosmos. Sertifikaateista tarkasteltiin muun muassa niiden historiaa, päämääriä, varsinaisia tuotteille asetettavia vaatimuksia sekä sertifiointiprosessia.

Kirjallisuusselvityksestä ilmeni, että sertifikaattien päävaatimukset ovat useimmiten samoja, mutta eroavaisuuksia sekä poikkeuksia säännöissä esiintyy kuitenkin paljon. Yhteistä kaikille ovat luonnonkosmetiikan perusvaatimukset. Jokainen sertifikaatti sallii myös pienen määrän synteettisiä kemikaaleja sekä kemiallisia muokausmenetelmiä, vaikka raaka-aineiden muokkaamista suositellaankin välttämään. Kaikkien sertifioijien sertifiointiprosessi on samantyyppinen ja sertifikaatti myönnetään vähintään vuodeksi. Kuluttajien arvostamista pidetään tärkeänä ja heidän harhaanjohtaminen vääristelevillä mainosväittämillä on kiellettyä. Sertifikaattien yhdistäminen, markkinoiminen ja kriteereistä tiedottaminen lisäisi niiden tunnettuutta tulevaisuudessa. Luonnonkosmetiikkaa koskeva laki erottaisi sen myös paremmin perinteisestä kosmetiikasta.

Asiasanat: Luonnonkosmetiikka, luomukosmetiikka, sertifikaatit

Terhi Ylönen

**Report on natural and organic cosmetics certifications**

Year	2012	Pages	70
------	------	-------	----

Natural cosmetics are not a new phenomenon, but within the past decades they have become more and more general. Sales figures within the business have gone up and future expectations point to a steady growth. Natural cosmetics have become an essential part of cosmetics marketing and they are consumed by a diversified group of customers.

The term 'natural cosmetics' is not defined in the law. As with other types of cosmetics, it is only regulated by EU Regulation No. 1223/2009 on Cosmetic Products. The only way to certainly identify true natural cosmetics is with the help of certifications. These take into account the whole product life cycle and help consumers distinguish between natural cosmetics and traditional cosmetics, as the latter is also very often marketed by its naturalness.

Although there are many certifications in use for natural cosmetics, only a few of them are well-known. In recent years efforts to merge and organise current certifications have been made, one of the main benefits would be defining what natural cosmetics is. Most leading European certifiers have joined the Cosmos-standard.

The thesis studies similarities and differences between natural cosmetics certifications. The aim was to gather information on various certifications for the partner company. A summary has been compiled to ease examining and comparing the certifications with one another. The thesis was performed as a literature review with only European certificates included as other continents have different cosmetics legislations compared with the EU legislation.

There is only a limited amount of literature available on certifications of natural cosmetics. The main sources were websites of various certifying organs, as these provided the best source of information regarding the criteria of the certifications. More specific information was gathered by directly contacting companies providing certification. The section on natural cosmetics also uses related literature and articles as a source. Each certification was first studied individually, before compiling the most important information into a table. The certifications studied were; Ecocert, Natrue, Cosmebio, BDIH, Soil Association, ICEA and Cosmos. Some of the topics that were studied within the certifications include their history, goals, actual criteria set for products as well as the certification process.

The literature review shows clearly that the main criteria of the certifications are mostly the same, but differences and exceptions within the rules are common. A common trait for all is the basic requirements for natural cosmetics. All certifications allow a very small amount of synthetic chemicals and chemical extraction methods, even though the modification of raw materials should be avoided. In each certification the process is the same and certification is granted for a minimum of one year. Consumer appreciation is important and misleading marketing is thus forbidden. Merging certifications, marketing and announcing criteria for the certifications would increase the awareness of them in the future. A separate legislation for natural cosmetics would better distinguish it from traditional cosmetics.

**Keywords:** Natural cosmetics, organic cosmetics, certifications

## Sisällys

1	Johdanto .....	7
2	Yhteistyöyrityksen esittely .....	8
3	Kosmetiikkalainsäädäntö .....	8
3.1	Kosmetiikka-asetuksen 1223/2009 rakenne .....	9
3.2	Kosmetiikka-asetuksen 1223/2009 keskeisimmät muutokset .....	9
3.2.1	Vastuuhenkilön velvollisuudet .....	9
3.2.2	CMR-aineet ja nanomateriaalit .....	10
3.2.3	Eläinkokeet .....	11
3.2.4	Markkinointiväittämät .....	12
3.3	REACH-asetus .....	12
3.4	Lainsäädäntö ei määrittele luonnonkosmetiikkaa .....	13
4	Luonnonkosmetiikkatrendi ja -markkinat .....	13
4.1	Taustaa luonnonkosmetiikka-trendille .....	14
4.2	Luonnonkosmetiikan markkinat tänä päivänä ja tulevaisuudessa .....	15
4.3	Kuluttajien vaatimusten vaikutukset luonnonkosmetiikkamarkkinoihin.....	15
4.4	Synteettisiä kemikaaleja vastustava suuntaus .....	16
4.5	Viherpesu kosmetiikka-alalla.....	17
5	Luonnon- ja luomukosmetiikan määrittely.....	18
5.1	Luonnollisuus käsitteenä.....	18
5.2	Luonnon- ja luomukosmetiikka .....	19
5.3	Luonnonkosmetiikassa käytettävät raaka-aineet .....	19
5.4	Kielletyt raaka-aineet .....	21
6	Haasteita luonnonkosmetiikan valmistuksessa .....	21
6.1	Sopivien raaka-aineiden valitseminen .....	22
6.2	Luonnollisten raaka-aineiden muokkaaminen .....	22
6.3	Säilyvyys ja luonnolliset säilöntäaineet .....	23
6.4	Optimaalisten pakkausten löytäminen .....	25
6.5	Vaikutukset ympäristöön.....	25
7	Luonnonkosmetiikan sertifiointi .....	26
7.1	Miksi sertifikaatteja tarvitaan? .....	26
7.2	Sertifikaattien yhtenäistäminen .....	27
7.3	Ecocert .....	28
7.4	Natrue .....	32
7.5	Cosmebio .....	35
7.6	BDIH .....	38
7.7	The Soil Association.....	40
7.8	ICEA.....	43

7.9	Cosmos .....	47
7.10	Joutsenmerkin vaatimukset verrattuna luonnonkosmetiikkasertifikaatteihin. ....	49
7.11	Sertifikaattien eroja ja yhtäläisyyksiä.....	50
8	Pohdinta.....	55
	Lähteet .....	57
	Kuvat .....	63
	Liitteet.....	64

## Liitteet

Liite 1: Ecocert .....	64
Liite 2: Natrue .....	65
Liite 3: Cosmebio .....	66
Liite 4: BDIH .....	67
Liite 5: Soil Association .....	68
Liite 6: ICEA.....	69
Liite 7: Cosmos .....	70

## 1 Johdanto

Luonnollisia raaka-aineita on käytetty kosmetiikassa jo pitkään, mutta viime vuosina luonnonkosmetiikasta on tullut yhä suositumpaa. Se ei ole enää vain harvojen kiinnostuksen kohde, vaan osa tavallista valikoimaa kosmetiikkamarkkinoilla. Luonnonkosmetiikan markkinaosuuden kasvu on ollut nopeaa ja se kasvaa edelleen tasaista vauhtia.

Luonnonkosmetiikalle ei löydy määritelmää kosmetiikkalainsäädännöstä, joten sertifikaatit määrittelevät sen ja ovat ainoa varma tapa selvittää, onko tuote luonnonkosmetiikkaa. Sertifikaatteja on tällä hetkellä käytössä runsaasti ja niitä kehitetään myös lisää. Toisaalta ne pyrkivät yhdistymään ja luomaan Eurooppaan yhtenäisen sertifointisysteemin. Sertifikaatit asettavat raaka-aineille, valmiille tuotteille ja koko tuotantoprosessille erilaisia vaatimuksia. Opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia luonnonkosmetiikassa käytettäviä sertifikaatteja ja niiden yhtäläisyyksiä sekä eroavaisuuksia.

Opinnäytetyö on kirjallisuusselvitys. Teoriaosuus koostuu kosmetiikan lainsäädännöstä, luonnonkosmetiikkamarkkinoiden ja -trendin kehittymisen käsittelystä sekä luonnon- ja luomukosmetiikan määrittelystä. Työssä tarkastellaan myös tuotteiden markkinointia luonnollisuuden avulla, kuluttajien pelkoa synteettisiä kemikaaleja kohtaan sekä luonnonkosmetiikan valmistukseen liittyviä haasteita. Sertifointia koskevassa osuudessa käsitellään tunnetuimpia Euroopassa käytössä olevia luonnonkosmetiikkasertifikaatteja. Jokaisesta sertifikaatista tärkeimmät asiat on koottu taulukkoon (liitteet 1-7), josta niitä voi tarkastella nopeammin. Tavoitteena on selkeyttää sertifikaattien välisiä eroja ja tehdä kooste, jota yhteistyöyritys voi hyödyntää.

Aiemmin aihetta ovat tarkastelleet muun muassa seuraavat opinnäytetyöt: Katja Kiuttu - Luonnonkosmetiikkaa vai ei? (2010); Terhi Kalliola - Luonnonmukaisesti valmistetut raaka-aineet kosmetiikassa ja termin orgaaninen kosmetiikka tunnettuus suomalaisten kuluttajien keskuudessa (2010) sekä Kaisa Saarelainen - Mainonta mielikuvien luoja: Luonnonkosmetiikan tunnettavuus (2011). Kahdessa ensimmäisessä työssä on käsitelty jonkin verran luonnonkosmetiikan sertifikaatteja. Näissä töissä on todettu, että aiheesta tarvittaisiin lisätutkimuksia. Kolmas työ keskittyy enemmän kosmetiikan mainontaan, mutta liittyy suurelta osin luonnonkosmetiikkaan. Luonnonkosmetiikan sertifikaateista kertovaa kirjallisuutta ei ole juurikaan olemassa, mutta muuten luonnonkosmetiikkaa on käsitelty artikkeleissa ja kirjallisuudessa melko runsaasti viime vuosina, varsinkin kansainvälisissä julkaisuissa. Sertifikaattien kriteerit ovat myös avoimesti saatavilla.

## 2 Yhteistyöyrityksen esittely

Yhteistyöyrityksenäni on Nordic Health Systems Oy (NHS Oy), joka on suomalainen luonnonkosmetiikan sekä eko- että luontaistuotteiden jakelija- ja tukkuyritys. NHS Oy on perustettu vuonna 1987 ja se sijaitsee Hyvinkäällä. Toiminta kattaa koko Suomen. NHS Oy on perheyri-tytys, jonka toimitusjohtajana toimii Sirpa Markus. (Torenius 2012.)

Yrityksen toiminta alkoi terveydenhuoltoalan laitteiden jakelulla. Vähitellen liikeidea muo- vautui enemmän kiinalaisen lääketieteen tuotteiden sekä hoitotuotteiden jakeluun ja myyn- tiin. Vuonna 2007 yritys aloitti Lavera-merkin jakelun ja alkoi suuntautua luonnonmukaisiin tuotteisiin. Yrityksen tuoteryhmiä ovat tällä hetkellä muun muassa kosmetiikka, kiinalaisen lääketieteen tuotteet, ekologiset pesu- ja puhdistusaineet sekä vaihtoehtohoitotuotteet. (To- renius 2012.)

Yrityksen toiminta koostuu tuotteiden jakelusta, b to b - ja kuluttajamyynnistä sekä markki- noinnista. NHS Oy järjestää ja välittää lisäksi alan koulutuksia sekä tapahtumia. Asiakkaita ovat kosmetiikan osalta eko- ja luontaistuotekaupat, verkkokaupat, tavaratalot sekä erikois- tuneet hoitolat ja kampaamot. (Torenius 2012.)

NHS Oy toimii jakelijana Laveran lisäksi ranskalaiselle Born to Bio -sarjalle. Kummatkin sar- joista ovat sertifioitua luonnonkosmetiikkaa. Lavera-sarja on sertifioitu BDIH-sertifikaatilla ja Born to Bio Ecocert- sekä Cosmebio -sertifikaateilla. (Torenius 2012.)

## 3 Kosmetiikkalainsäädäntö

Kosmetiikkaa säätelee Euroopan parlamentin ja neuvoston kosmetiikka-asetus 1223/2009, joka tuli voimaan vuoden 2010 alussa. Siirtymäaika on 11.7.2013 asti, jonka jälkeen kosme- tiikka-asetus korvaa vielä toistaiseksi voimassa olevan kosmetiikkadirektiivin 76/768/ETY sekä sen nojalla annetut kansalliset säädökset. (L 1223/2009.)

Direktiivin muuttuessa asetukseksi siitä tulee yksittäinen teksti. Se yhtenäistää terminologiaa vastaamaan muuta EU-lainsäädäntöä ja yksinkertaistaa menettelyjä. Muutosten tavoitteena on helpottaa hallinnollista taakkaa ja vähentää epäselvyyksiä. Asetuksella vahvistetaan myös markkinavalvontaa, millä on positiivisia vaikutuksia muun muassa ihmisten terveyden suoje- luun. Muutokset auttavat alalla toimivia, sillä lainsäädännön yhdenmukaisuus helpottaa tava- roiden liikkuvuutta. Lisäksi tuotteiden turvallisuus paranee, joka on asetuksen tärkein tavoite. (L 1223/2009.) Koska kyseessä on asetus, se tarkoittaa, että koko Euroopassa lainsäädäntö



on sama. Poikkeuksena ovat kielimääräykset. Asetus pannaan täytäntöön samanaikaisesti kaikissa jäsenvaltioissa.

### 3.1 Kosmetiikka-asetuksen 1223/2009 rakenne

Kosmetiikka-asetuksessa 1223/2009 on ensimmäisenä 71 kohtaa, joilla perustellaan uuden asetuksen tarpeellisuus. Varsinainen asetusteksti sisältää kymmenen lukua ja yhteensä 40 artiklaa. Asetuksen lopussa on kymmenen liitettä, jotka ovat tärkeitä kosmetiikka-alan toimijoille. Liitteissä on määritelty turvallisuusselvitys (mitä sen tulee sisältää), kielletyt sekä rajoituksin sallitut aineet, sallitut väri-, säilöntä- ja aurinkosuoja-aineet, pakkauksissa käytettävät symbolit, eläinkokeita korvaavat vaihtoehtoiset testimenetelmät sekä kumottu direktiivi ja sen muutokset. Viimeinen liitteistä on vastaavuustaulukko 76/768/ETY-direktiivin ja 1223/2009-asetuksen välillä. (L 1223/2009.)

### 3.2 Kosmetiikka-asetuksen 1223/2009 keskeisimmät muutokset

Kosmetiikka-asetuksen tullessa voimaan ja direktiivin muuttuessa asetukseksi lainsäädännön perusasiat pysyvät kuitenkin samoina. Keskeisimmät muutokset liittyvät vastuuhenkilön ja jakelijan velvollisuuksiin, tuotetietoihin, ilmoitusmenettelyyn, CMR-aineisiin (syöpää aiheuttavat aineet) sekä nanomateriaaleihin.

Asetuksen ensimmäisessä luvussa määritellään käsitteitä, jotka ovat hyödyllisiä asetustekstin ymmärtämiseksi. Valmistajan, maahantuojan ja jakelijan erot ovat tärkeitä, kun halutaan tarkistaa, kuka tuotteesta on milloinkin vastuussa. Valmistajalla tarkoitetaan luonnollista tai oikeushenkilöä, joka suunnitteluttaa, valmistuttaa tai valmistaa kosmetiikkavalmistetta ja markkinoi tätä omalla nimellään tai tavaramerkillään. Maahantuojalla taas tarkoitetaan yhteisöön sijoittunutta luonnollista tai oikeushenkilöä, joka saattaa kolmannelta maasta (EU:n ulkopuolelta) tuotavan kosmetiikkavalmisteen yhteisön markkinoille. Jakelija puolestaan on toimitusketjuun kuuluva luonnollinen tai oikeushenkilö, joka asettaa kosmetiikkavalmisteen saataville yhteisön markkinoille, eikä ole valmistaja tai maahantuoja. (L 1223/2009.)

#### 3.2.1 Vastuuhenkilön velvollisuudet

Kaikilla kosmetiikkatuotteilla on oltava nimetty vastuuhenkilö. Jos vastuuhenkilöä ei ole, tuotetta ei saa luovuttaa markkinoille. Vastuuhenkilö voi olla luonnollinen henkilö tai oikeushenkilö. Oikeushenkilöllä tarkoitetaan yritystä, yhteisöä tai julkisoikeudellista tahoa. Asetuksen mukaan suurin vastuu tuotteesta on sillä, joka on saattanut sen ensimmäisenä yhteisön markkinoille. Jos tuote valmistetaan EU:n sisällä, valmistaja on vastuuhenkilö, ellei hän ole nimenmynyt toista henkilöä. Jos tuote valmistetaan yhteisön ulkopuolella, vastuuhenkilö on ni-

mettävä kuitenkin yhteisön sisältä. Jakelijakin voi olla vastuuhenkilö, jos hän saattaa tuotteen markkinoille omalla nimellään tai muuttaa tuotetta niin merkittävästi, että se vaikuttaa vaatimusten täyttymiseen. (L 1223/2009.)

Vastuuhenkilön velvollisuutena on seurata, että lainsäädäntöä noudatetaan kokonaisuudessaan. Hänen vastuullaan on varmistaa, että tuotteelle on tehty turvallisuusarvio, jotta tuote ei aiheuttaisi terveysongelmia. Vastuuhenkilön tehtävänä on varmistaa myös, että tuotteen ainesosat ovat puhtaita ja että niihin liittyvää säännöstelyä noudatetaan esimerkiksi pituusrajoituksissa. Tuotteen täytyy toimia luvutulla tavalla ja sitä koskevien väittämien tulee olla luvallisia. Tuotekohtaisten tietojen ja pakkausmerkintöjen oikeellisuus on myös erittäin tärkeää. Lisäksi vastuuhenkilö seuraa uutta tietoa, tekee yhteistyötä viranomaisten kanssa ja ilmoittaa tuotteet rekisteriin. Hänen on pystyttävä seuraamaan toimitusketjua molempiin suuntiin, eli tiedettävä keneltä valmiste on tullut ja kenelle sitä on mennyt kolme vuotta sen jälkeen kun valmiste on ollut jakelijan saatavilla. (L 1223/2009.)

EU:lla on yhteinen tuotetietopankki, johon kaikkien kosmetiikkavalmistajien tulee olla rekisteröitynä. Ilmoituskäytännöissä on tällä hetkellä maakohtaisia eroja, mutta kosmetiikka-asetuksen tultua voimaan yksi ilmoitus Euroopan komissiolle riittää. Ilmoitus vaaditaan sekä uusilta että markkinoilla jo olevilta tuotteilta. Vastuuhenkilö huolehtii uusien tuotteiden ilmoittamisesta tietokantaan. Jakelija tekee ilmoituksen silloin, kun hän kääntää jo markkinoilla olevan tuotteen pakkausmerkintöjä omasta aloitteestaan ja asettaa tuotteen saataville toisessa EU-jäsenvaltiossa. (L 1223/2009.)

### 3.2.2 CMR-aineet ja nanomateriaalit

CMR-aineet tarkoittavat syöpää aiheuttavia aineita. Lyhenne tulee sanoista ”carcinogenic” (=karsinogeeninen, syöpää aiheuttava), ”mutagenic” (=mutageeninen, perimää vaurioittava) ja ”reprotoxic” (=reprotoksinen, lisääntymiselle vaarallinen). CMR-aineet jaetaan kolmeen luokkaan, jotka ovat 1A, 1B ja 2. Näihin luokkiin kuuluvien aineiden käyttö on kielletty kosmetiikassa CLP-asetuksella (1272/2008/EY) jo 1.12.2010. CMR-aineiden käyttö on kuitenkin mahdollista poikkeusluvalla ja käyttöluvut tarkistetaan viiden vuoden välein. CMR-aineet, jotka on säädelty kosmetiikkadirektiivissä, arvioidaan uudelleen viimeistään 1.12.2015. (L 1223/2009.)

Nanomateriaalit ovat nykyiseen kosmetiikkalainsäädäntöön nähden täysin uusi asia. Kosmetiikka-asetuksen 2. artiklan sisältämissä määritelmässä nanomateriaali määritellään seuraavasti: ”liukenematon tai biologisesti pysyvä tarkoituksellisesti valmistettu materiaali, jonka yksi tai useampi ulottuvuus tai sisäinen rakenne on 1-100 nanometriä” (L 1223/2009). Nanometri

on millimetrin miljoonasosa. Nanoteknologialla saadaan aineiden ominaisuuksia muutettua olennaisesti, mikä johtuu niiden kokoluokan pienenemisestä. (Nystén 2008: 28-29.)

Kosmetiikka-asetuksessa määrätään, että vastuuhenkilön on ilmoitettava nanomateriaaleja sisältävä valmiste sähköiseen ilmoitusjärjestelmään kuusi kuukautta ennen sen markkinoille saattamista. Ennen 11.1.2013 markkinoilla olleille nanomateriaaleille ilmoittamismenettelyä sovelletaan niin, että ne on ilmoitettava 11.1. - 11.7.2013 välisenä aikana. Ilmoittamisvelvollisuus ei koske kuitenkaan nanomateriaaleja, jotka on jo säädelty kosmetiikkalainsäädännössä. Nämä ainesosat ovat yleensä väri-, säilöntä- ja aurinkosuoja-aineita. 11.7.2013 alkaen nanomateriaalin INCI-nimen perään on lisättävä ainesosaluettelossa sana ”nano” sulkumerkeissä. (L 1223/2009.)

### 3.2.3 Eläinkokeet

Valmiiden kosmetiikkatuotteiden testaaminen eläimillä kiellettiin jo 11.9.2004. Alkaen 11.3.2009 kosmetiikan ainesosiakaan tai niiden yhdistelmiä ei ole saanut testata eläimillä EU:n sisällä. Kosmetiikkatuotteita, joiden joku ainesosa tai ainesosia on testattu eläimillä 11.3.2009 jälkeen missä tahansa maailmassa, ei saa myydä EU:ssa. Tätä kutsutaan markkinointikielloksi ja sillä estetään eläinkokeilla testattuja ainesosia sisältävän kosmetiikan myynti. Markkinointikielto estää lyhyen altistuksen toksisuustesteillä testattujen aineosien myynnin, mutta toistuvan altistuksen testeille, toksikokineettisille testeille sekä lisääntymistoksisuustesteille markkinointikielto tulee voimaan vasta 11.3.2013. Eläinkoekiellosta tulee silloin täydellinen. Kielto tapahtuu porrastetusti, sillä vaihtoehtojen kehittäminen eläinkokeille on tieteellisesti hyvin haastavaa. (L 1223/2009.)

Kosmetiikan turvallisuusarviointi tuli pakolliseksi Euroopassa vuonna 1981, joten sitä ennen markkinoilla olleita raaka-aineita on jouduttu testaamaan turvallisuuden varmistamiseksi. Tulevaisuudessa REACH (Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus kemikaalien rekisteröinnistä, arvioinnista, lupamenettelyistä ja rajoituksista) saattaa vaatia joidenkin ainesosien testaamista eläinkokeilla, sillä se suunnittelee arvioivansa jopa 30 000 raaka-aineen turvallisuuden. Osa raaka-aineista joudutaan siis mahdollisesti testaamaan uudelleen, jos ne ovat käytössä muissakin kuin kosmetiikkatuotteissa, kuten kodinhoitotuotteissa. (Fairley & Stacey 2008: 210.) REACH-asetus voi vaikuttaa esimerkiksi luonnollisista aineista johdettuihin ainesosiin, vaikka ne olisivatkin olleet käytössä kosmetiikassa jo kauan. Lainsäädäntö on siis tällä hetkellä sekava kahden vastakkaisen lain vuoksi. (Natrue Organization - statement.)

Kosmetiikkayritykset ovat ryhtyneet toimiin kehittääkseen vaihtoehtoisia testausmuotoja eläinkokeille. Lupaavimpia uusista menetelmistä ovat testit, joissa käytetään plastiikkakirurgialeikkauksista saaduista soluista laboratoriossa kasvatettua, keinotekoista ihoa. (Tungate

2011: 228.) Vaihtoehtoiset testit ovat usein kalliita (Fairley & Stacey 2008: 210). Tieteellisen yhteisön yleinen mielipide on se, että eläinkokeille ei välttämättä löydy vaihtoehtoisia testimuotoja vielä vuoteen 2013 mennessä. Uusia lakeja joudutaan säätämään, mikäli sopivia testejä ei ole vahvistettu. (Schneider 2008: 465.)

Eläinten oikeuksia ajavat järjestöt ovat saaneet toiminnallaan vaikutettua tulevissa testeissä käytettävien eläinten arvioituun lukumäärään. Kosmetiikkayritysten täytyy jakaa turvallisuustestien tulokset keskenään ja varmistua siitä, että kaikki muut testivaihtoehdot on kartoitettu, jotta testeissä käytettävien eläinten lukumäärä vähenisi. Käytännössä kaikki raaka-aineet on kuitenkin testattu eläimillä menneisyydessä, joten mikään yritys ei voi täysin vilpittömästi sanoa, ettei heidän tuotteidensa raaka-aineita ole koskaan testattu eläimillä. Yritykset voivat kuitenkin asettaa päivämäärän, jonka jälkeen eläimillä testattuja ainesosia ei käytetä heidän tuotteissaan. (Fairley & Stacey 2008: 210-211.)

### 3.2.4 Markkinointiväittämät

Kosmetiikkatuotteiden markkinoinnissa ei saa käyttää harhaanjohtavia kuvia tai tekstejä, jotka viittaisivat sellaisiin ominaisuuksiin, joita tuotteella ei ole. Asetuksessa määrätään, että komission tulee laatia kosmetiikkavalmisteita koskeville väittämille ohjeet. Ne tulevat olemaan yleisiä periaatteita, jotka julkaistaan vuoden 2012 aikana. Ohjeiden alkuun tullaan tekemään kaikille kosmetiikkatuotteille sopivat kriteerit, jonka jälkeen tehdään lisäkriteerejä niille tuotetyypeille, joille yleiset ohjeet eivät riitä. Tarkoituksena on kuluttajien sekä ammattikäyttäjien suojele harhaanjohtamiselta. Kriteerit ovat pakollisia kaikille kosmetiikkatuotteille ja vastuuhenkilö huolehtii niiden noudattamisesta. Kuusi yleistä kriteeriä, jotka koskevat väittämiä, ovat lain- ja totuudenmukaisuus, todistettavuus, rehellisyys, reiluus sekä tieto ostopäätösten tueksi. (L 1223/2009.)

### 3.3 REACH-asetus

Helsingissä sijaitsee Euroopan yhteisön kemikaalivirasto, joka ylläpitää REACH-asetusta. REACH-lyhenne tulee sanoista "Registration", "Evaluation", "Authorisation" sekä "Restriction of Chemicals". REACH on Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus kemikaalien rekisteröinnistä, arvioinnista, lupamenettelyistä ja rajoituksista. (REACH ja CLP neuvontapalvelu 2009.) Asetuksen tavoitteena on tehostaa tietojen kokoamista kemikaaleista, arvioida ja hallita riskejä sekä lisätä EU:n kemianteollisuuden kilpailukykyä (Nystén 2008: 16).

Aineet, joita valmistetaan tai tuodaan maahan vähintään tuhat kiloa vuodessa, rekisteröidään REACH-järjestelmän tietokantaan. Aineiden valmistajat sekä EU-maahantuojat keräävät tiedot, tekevät turvallisuusarvioinnit ja rekisteröivät ainesosat kemikaalivirastolle. Maahan-

tuojan tai valmistajan on myös laadittava kemikaaleille käyttöturvallisuustiedotteet. Rekisteröimättömien aineiden valmistus ja maahantuonti on kielletty. Viranomaiset ja kemikaalivirasto arvioivat rekisteröinnin lisäksi vuosittain tietyn ohjelman mukaisesti aineita, joiden epäillään aiheuttavan erityistä riskiä. Jos aineesta aiheutuu ihmiselle tai ympäristölle merkittävä riski, EU:n komissio voi asettaa ehtoja tai kieltoja rajoitusmenettelyllä aineen valmistukseen, käytölle ja myymiselle. Joskus tuote saattaa poistua kokonaan markkinoilta rekisteröinnin ja turvallisuusarvioinnin takia, vaikka se ei olisikaan haitallinen, sillä pienille valmistajille menettely voi olla kustannuksiltaan ylivoimainen. (Nystén 2008: 16-17.)

Pienissä määrissä tuotettuja kemikaaleja ei tarvitse rekisteröidä. Lisäksi alle kymmenen tonnia vuodessa tuotettaville aineille ei tarvita turvallisuusraporttia, jossa arvioidaan muun muassa terveys- ja ympäristövaaroja sekä aineiden biokertyvyyttä. Esimerkiksi nanohiukkasten tuotantomäärät ovat niin pieniä, että ne selviävät ilman tarkkoja turvallisuusselvityksiä, vaikka ne ovatkin uusia tuotteita, joiden terveysvaikutukset tunnetaan heikosti. (Nystén 2008: 17.)

### 3.4 Lainsäädäntö ei määrittele luonnonkosmetiikkaa

EU:n lainsäädäntö ei tällä hetkellä erota perinteistä kosmetiikkaa ja luonnonkosmetiikkaa toisistaan. Luonnonkosmetiikkaa koskevat ainoastaan samat lait kuin perinteistäkin kosmetiikkaa. Rajat perinteisen kosmetiikan, luonnonkosmetiikan sekä osittain luonnonkosmetiikkaa olevien tuotteiden välillä ovat kuitenkin epäselviä kuluttajille. Yhä useamman tuotteen markkinoinnissa käytetään luonnonmukaisuutta ja luomumuinaisuuksia, joita tuotteella ei välttämättä ole. (Letertre 2010: 16.) Euroopan komissio tutkii tällä hetkellä kosmetiikkayritysten käyttämiä pakkausmerkintöjä tavoitteenaan tiukentaa säännöksiä. Siihen saakka kuluttajien on etsittävä sertifikaatista kertovaa merkintää pakkauksista, joka osoittaa tuotteen olevan varmasti luonnonkosmetiikkaa. (Tungate 2011: 231.)

## 4 Luonnonkosmetiikkatrendi ja -markkinat

Historia on osoittanut, että kosmetiikan valmistuksessa luonto on usein ollut paras lähde raaka-aineiden hankintaan. Luonnollisuuden suosiminen on kuitenkin vaihdellut ajoittain. Sen kannatus alkoi nousta 1960-luvulla ja lisääntyi voimakkaasti 1970- ja 1980-luvuilla. Viimeisten vuosikymmenten aikana luonnolliset tuotteet ovat olleet hyvin kysyttyjä. Kosmetiikassa suositaan luonnollisia raaka-aineita ja niistä johdettuja ainesosia. Kemianteollisuuden nopea kehitys on tosin vaikuttanut siihen, että myös luonnonaineiden ominaisuuksia parannellaan syntetisillä ainesosilla ja ne ovatkin käytössä lähes jokaisessa perinteisen kosmetiikan tuotteessa. Luonnonkosmetiikkaa on pidetty näihin päiviin saakka vain tietyn kuluttajaryhmän suosi-

mina tuotteina, mutta nykyään valmistajat ovat reagoineet suosioon ja alkaneet panostaa toden teolla luonnollisiin vaihtoehtoihin. (Siekierski 2008.)

#### 4.1 Taustaa luonnonkosmetiikka-trendille

Ihmiset ovat jo vuosisatojen ajan etsineet luonnosta apua terveyden- ja kauneudenhoitoon (Schneider 2008: 466). Esi-isämme käyttivät pelkästään luonnonaineita siistiytymiseen ja kaunistautumiseen (Yamamoto 2008). Uutta kiinnostusta luonnon raaka-aineita kohtaan ilmeni etupäässä Euroopassa maailmansotien jälkeen, jolloin ihmiset alkoivat suosia luonnollisia vaihtoehtoja vastareaktiona sodan kauhuille ja runsaalle synteettisten kemikaalien käytölle. Luonnollisemman kosmetiikan valmistus alkoi uusien yrittäjien toimesta hyvin pienessä mitta-kaavassa ja monilla valmistajista oli vain muodollinen tieteellinen koulutus. Yksi ensimmäisistä luonnollisia raaka-aineita hyödyntävistä yrityksistä oli Biotherm, joka alkoi käyttää tuotteissaan mineraalipitoista lähdevettä. Myös kasvien, kukkien ja hedelmien käyttö kosmetiikassa lisääntyi. 1950-luvulla uusia yrityksiä perustettiin lisää lähinnä Ranskaan ja sen naapurimaihin. Niistä tunnetuimpia ovat Clarins, Juvena ja Yves Rocher. Luonnollista kosmetiikkaa valmistavat yritykset olivat kuitenkin vain pieni osa kosmetiikkateollisuutta, sillä suurin osa kuluttajista suosi sen ajanjakson voimakkaasti ehostettua, glamourista naisihannetta. (Jones 2010: 280-281.)

1960-luvulla hippikulttuurin kehittyminen lisäsi luonnollisten tuotteiden suosiota ja 1970-luvulle tultaessa ne olivat tulleet hyvin tunnetuiksi sekä selektiivisissä että massatuotteissa. Tänä ajanjaksona luonnollisuutta alkoivat hyödyntää muun muassa Elizabeth Arden, Sisley ja Clairol. Tällöin ”luonnollisuus” merkitsi tyypillisesti vain kasviuutteiden lisäämistä synteettisiin raaka-aineisiin perustuviin tuotteisiin ja asiasta alkoi syntyä keskustelua. 1970-luvulla alkanut keskustelu siitä, mitä luonnollinen kosmetiikka oikeastaan tarkoittaa, onkin jatkunut näihin päiviin saakka. (Jones 2010: 282.)

Osa kosmetiikkayrityksistä, kuten L’Oréal, suhtautui luonnollisuuteen skeptisesti, vaikka se lanseerasikin joitakin luonnollisia tuotteita (Jones 2010: 282-283). The Body Shop oli aikakauden ensimmäinen yritys, joka käytti markkinoinnissaan hyväksi luonnollisia ainesosia, ympäristötietoisuutta sekä ihmisoikeusaktivismia. Yritys tarjosi vaihtoehdon olemassa oleville kosmetiikkatuotteille. Tuotteet eivät loppujen lopuksi juuri eronneet aiemmin markkinoilla olevista tuotteista, mutta niiden markkinoinnissa esiintyivät eksoottiset ainesosat ja kuvat kaukaisista maista sekä heimoista. (Tungate 2011: 224-225.)

The Body Shop toimi innoittajana useille eettisyyttä ja luonnollisuutta korostaville tuotemerkeille, joita kehitetään koko ajan yhä enemmän. Se avasi tien hienostuneemmalle luonnollisten kosmetiikkatuotteiden sukupolvelle 1990-luvulla ja onnistui tekemään eläinystävällisistä

tuotteista tavallisia muuallakin kuin terveyskaupoissa. Yrityksestä tuli myös tärkeä sosiaalisen vastuun puolestapuhuja. L'Oréal osti The Body Shopin vuonna 2006. Tämä yritysosto merkitsi, että luonnollisista tuotteista oli tullut tärkeä osa kosmetiikkamarkkinoita. (Tungate 2011: 226-236.)

Luomu- ja luonnollisten tuotteiden trendi nousi muutenkin enemmän esiin vuosituhaten vaihtumisen jälkeen. Sitä vahvisti kasvava kiinnostus ympäristönsuojelua kohtaan, joka johtui ilmastonmuutoksen aiheuttamasta huolesta. Se sai kuluttajat tutkimaan tarkemmin synteettisiä kemikaaleja, joita käytettiin isossa osassa tuotteita, myös kosmetiikassa. Pelko ympäristön tulevaisuuden puolesta lisäsi oman terveyden ja hyvinvoinnin huomioimattamista ja länsimaiden väestö alkoi suosia ympäristöystävällisempiä elämäntyyliä. Media on sittemmin vahvistanut trendiä raporteilla kosmetiikan piilevistä vaaroista. (Tungate 2011: 229-230.) On selvästi havaittavissa, että turvallisempaa ja terveellisempää pidetty luonnonkosmetiikka on alkanut kiinnostaa kuluttajia (Yamamoto 2008).

#### 4.2 Luonnonkosmetiikan markkinat tänä päivänä ja tulevaisuudessa

Luonnonkosmetiikan myynti kasvaa tänä päivänä voimakkaasti (Letertre 2010: 17). Tutkijahot, kuten Mintel ja Euromonitor, paljastavat, että kosmetiikka, jonka pakkausten väittämissä lukee ”luonnollinen” tai ”luomu”, on kaksinkertaistunut sitten vuoden 2007 (Tungate 2011: 231). Tänä päivänä luonnonkosmetiikka ei tarkoita pieniä täsmämarkkinoita, vaan iso kasvu on houkutellut kaikki suuret kosmetiikkamerkit mukaan seuraamaan trendiä. (Letertre 2010: 17). Suurin osa kosmetiikan valmistajista ottaa siihen osaa vähintään mainonnassaan korostamalla luonnollisuutta.

Luonnonkosmetiikan tulevaisuus näyttääkin erittäin lupaavalta Euroopassa. Asiantuntijat ennustavat, että seuraavien viiden vuoden aikana liikevaihto nousee yli 6,3 miljardiin US-dollariin eli vajaaseen 5 miljardiin euroon. (Lemoine 2011.) Tuotteiden jatkuva kysyntä saa kosmetiikan valmistajat ja toimittajat panostamaan luonnollisiin ja luomutuotteisiin (Chapman 2011: 1). Selvä osoitus trendistä ovat myös globaalien kosmetiikkafirmojen tekemät yritysostot (Yamamoto 2008).

#### 4.3 Kuluttajien vaatimusten vaikutukset luonnonkosmetiikkamarkkinoihin

Kuluttajat ovat siirtyneet yhä enemmän kohti perusarvoja (Letertre 2010: 17). He etsivät tuotteita, jotka eivät pelkästään paranna hyvinvointia, vaan joilla on lisäksi mahdollisimman vähän haittavaikutuksia ympäristölle (Jha, Meyer & Polak 2010: 31). Kuluttajat kiinnittävät huomiota koko tuotteen tuotantoprosessiin ja kaupankäyntiin, joiden halutaan noudattavan kestävä kehityksen periaatteita. Kestävä kehitys ja vakauden suosiminen on maailman-

laajuinen trendi, joka näkyy kaikilla aloilla. (Arts 2010: 23.) Luonnollisuudesta ja ekologisuu-  
desta ollaan myös valmiita maksamaan enemmän.

Kiinnostus luonnonkosmetiikkaan nykyisenä tiedon aikakautena on luonut kuluttajia, jotka  
ovat erittäin vaativia (Corley 2007: 8). Tietoisuus tuo mukanaan erilaisia vaikutuksia kosme-  
tiikka-alalle (Tungate 2011: 232). Kosmetiikkavalmistajat vastaavat kuluttajien vaatimuksiin  
muun muassa lisäämällä tuotteiden ympäristöystävällisyyttä. Kierrätys, säästeliääät pakkauk-  
set, eläinkokeiden välttäminen ja vihreät aatteet ovat entistä tärkeämpiä. (Jones 2010: 286.)

Markkinoiden mahdollisuudet kasvavat, sillä luonnollisuus tarjoaa uuden, hedelmällisen maa-  
perän, jota voidaan käyttää hyväksi väittämiä suunnitellessa. Luonnolliset tuotteet ovat yri-  
tyksille uusi markkinointikeino. (Tungate 2011: 232.) Yritykset räätälöivät esimerkiksi uusia  
tuotelinjoja, joihin voidaan kehittää sopivia tuotteita. (Chapman 2007: 2). Luonnonkosmetiik-  
katuotteita lanseerataan myös sellaisiin tuotekategorioihin, missä niitä ei ole aiemmin ollut,  
kuten huulia pullistaviin tuotteisiin, kynsienhoitotuotteisiin, hiusväreihin ja vauvanhoitotuot-  
teisiin (Matthews 2007: 17). Lisäksi on syntynyt kokonaan uusi sukupolvi tuotemerkkejä (Tun-  
gate 2011: 232). Luonnon- ja luomukosmetiikan tuottaminen voi olla kannattava vaihtoehto  
pienemmille yrityksille, millä ne menestyvät kosmetiikkamarkkinoilla (Siekierski 2008). Pie-  
net, kiinnostavat luonnonkosmetiikkamerkit saattavat tosin joutua globaalien suuryritysten  
ostokohteiksi (Tungate 2011: 232).

Luonnonkosmetiikan hyllytila lisääntyy ja sille tulee myös uusia jakelukanavia, esimerkiksi  
kokonaan luonnonkosmetiikalle omistautuneita liikkeitä (Tungate 2011: 232). Suomessa useat  
tavaratalot ja kosmetiikkaliikkeet ovat tehneet luonnonkosmetiikalle oman osastonsa, josta  
tuotteet on helppo erottaa perinteisestä kosmetiikasta. Helsinkiin on myös äskettäin avattu  
pelkästään luonnonkosmetiikkaan keskittyvä myymälä ja verkkokauppa Jolie. Lisäksi luonnon-  
kosmetiikkamessuja järjestetään ympäri maailmaa. Alueet, joilla trendi ei ole vielä lähtenyt  
kunnolla nousuun, kuten Keski- ja Itä-Eurooppa, tarjoavat myös kasvupotentiaalia (Tungate  
2011: 232).

#### 4.4 Synteettisiä kemikaaleja vastustava suuntaus

Kuluttajat ovat hyvin kiinnostuneita siitä, millaista kosmetiikkaa he käyttävät. Tuotteet, jot-  
ka sisältävät kasviuutteita, yrttejä ja vitamiineja, houkuttelevat kuluttajia ja ne koetaan tur-  
vallisemmiksi kuin synteettiset kemikaalit. (Matthews 2007: 18.) Tuotteissa mainitut, tutuilta  
kuulostavat kukat ja hedelmät vakuuttavat heidät enemmän kuin nimiltään monimutkaiset  
raaka-aineet, vaikka kummatkin olisivat yhtä turvallisia (Jeffries 2005: 21).



Luonnonkosmetiikkailmiö ei ole enää ahdasmielisesti ajattelevien kuluttajien aluetta, vaan nykyinen suuntaus on erilainen (Letertre 2010:17). Tänä päivänä jopa hienostuneimmat kuluttajat haluavat käyttää mieluummin luonnollisia kuin synteettisiä tuotteita. Tuotteiden odotetaan olevan sekä turvallisia että tehokkaita. Ainesosien, jotka suojaavat ja hoitavat kasvia, oletetaan toimivan samalla tavalla myös ihmiskehossa. Kuluttajat ajattelevat myös kaikkien luonnonraaka-aineiden olevan hyviä ja he ovat tyypillisesti sitä mieltä, ettei luonnollinen tai luomuraaka-aine voi olla vaarallinen. Todellisuudessa luonnollisetkin raaka-aineet voivat olla haitallisia liian usein tai väärillä tavoilla käytettäessä. (Schneider 2008: 466.)

Tänä päivänä onkin yleistä vältellä synteettisiä kemikaaleja. Suuntaus leviää pääosin internetin kautta ja lisää kuluttajien valtaa kosmetiikka-alalla. Lukuisilta sivustoilta löytyy kattavia oppaita kosmetiikkatuotteista ja niiden sisältämistä raaka-aineista. Lisäksi uusia kirjoja kosmetiikan sisältämistä yhdisteistä ilmestyy koko ajan. (Tungate 2011: 232.) Oman lisänsä suuntaukselle tuovat blogit ja kosmetiikan arviointipalvelut. Euroopan komissiollakin on oma tietokantansa raaka-aineista, jotka kuuluvat kosmetiikkalain alle (Tungate 2011: 232).

Luonnon- ja luomukosmetiikkatuotteet eivät automaattisesti ole hyviä iholle tai sovi kaikille. Luontoa ei voida kutsua hellävaraiseksi, sillä sieltäkin löytyy paljon myrkyllisiä aineita ja allergeeneja. Toisin sanoen, vaikka tuote on luonnon- tai luomukosmetiikkaa, se ei silti tarkoita, ettei tuote voisi aiheuttaa ärsytystä. (Tungate 2011: 232.) Synteettisille kemikaaleille altistutaan myös monessa muussa yhteydessä kuin pelkästään kosmetiikassa, esimerkiksi ravinnon kautta (Siekierski 2008).

#### 4.5 Viherpesu kosmetiikka-alalla

Kaksi viimeisintä vuosikymmentä ovat olleet kaikilla teollisuuden aloilla ympäristöystävällisyyden korostamisen aikaa. Ympäristöasioista kiinnostuneita kuluttajia on yhä enemmän ja heitä houkutellakseen moni yritys käyttää toiminnassaan viherpesua. Se tarkoittaa ympäristöystävällisten mielikuvien luomista markkinoinnilla, jossa voidaan hyödyntää esimerkiksi ympäristönsuojelusta kertovia, rauhoittelevia lauseita ja kauniita luontokuvia. Mainostaminen ja oikea ympäristöystävällisyys ovat kuitenkin kaksi eri asiaa. Aito ympäristöstä huolehtiminen vaatii yritykseltä sitoutumista kyseiseen ajattelutapaan ja toimintamalleihin. Ympäristöystävälliset ja sosiaalisesti vastuulliset toimintatavat tulisi sisällyttää yrityksen toimintaan tinkimättä kaupallisuudesta. Siinä toiset yritykset onnistuvat toisia paremmin. Osa yrityksistä taas työskentelee kovasti ympäristöystävällisyyden eteen, mutta ei onnistu tuomaan sitä tehokkaasti esille. (James 2011.)

Kosmetiikka-alalla viherpesua esiintyy runsaasti. Osa valmistajista lisää tuotteisiinsa minimaalisia määriä luomuraaka-aineita voidakseen ilmoittaa ne pakkauksessa ja mainostaa tuotteen

sisältävän niitä. Luonnollisuus on tullut tärkeäksi osaksi markkinointia, kun kosmetiikkavalmistajat haluavat luoda vaikutelman laadusta, yksilöllisyydestä ja ympäristöystävällisyydestä samalla korostaen tuotteiden hellävaraisuutta ja turvallisuutta. (Jeffries 2005: 21-22.) Kuluttajien ei ole aina helppo erottaa aitoa luonnonkosmetiikkaa perinteisten kosmetiikkatuotteiden joukosta. Heille on haasteena valheellisten markkinointiväittämien yleisyys (Tungate 2011: 231). Väittämillä viitataan usein ”luonnollisiin” tuotteisiin tai niiden ”sertifioituun luomualkuperään”. Monessa tapauksessa luomuraaka-aineiden osuus on todellisuudessa erittäin pieni osa tuotteen koostumuksesta, mutta se jätetään mainitsematta. (Letertre 2010: 17.) ”Luonnollinen”-väittäjä on myös käytännössä kaikkien vapaassa käytössä (Tungate 2011: 231). Monet luonnollisina mainostetut tuotteet eroavat tuskin lainkaan perinteisestä kosmetiikasta. Kuluttajaa saattavat hämätä myös pakkauksissa esiintyvät lauseet reilusta kaupasta ja eläimillä testaamattomuudesta, mikä voi saada kuluttajan luulemaan tuotetta luonnonkosmetiikaksi, vaikka todellisuudessa näin ei olisikaan (Yamamoto 2008).

## 5 Luonnon- ja luomukosmetiikan määrittely

Luonnonkosmetiikka ei ole uusi ilmiö, mutta se on kasvattanut suosiotaan hyvin paljon viime aikoina. Koska luonnon- tai luomukosmetiikkaa ei ole määritelty kosmetiikkalaissa, määritelmät ovat muiden tahojen kehittämiä. Suomessa määritelmän on tehnyt Pro Luonnonkosmetiikka-yhdistys. Suomalainen luonnonkosmetiikkaohjeistus perustuu tunnetuimpien eurooppalaisten sertifioijien vaatimuksiin. Eri sertifikaattien kriteerejä käsitellään tämän työn sertifiointi-osiossa.

### 5.1 Luonnollisuus käsitteenä

Mitä ”luonnollisella” tarkoitetaan? Sanakirjan määritelmä sanalle on luontoon kuuluva tai sen tuottama, jotain mitä ei ole muunneltu, käsitelty tai naamioitu. Kosmetiikassa luonnollisuus on käsite, joka lisää tuotteen arvoa ja jonka jokainen voi ymmärtää omalla tavallaan. Luonnollinen voi merkitä esimerkiksi aitoutta ja hyvinvointia. Se voidaan myös yhdistää eksoottisuuden kertomalla tuotteen sisältämän kasviuutteen alkuperästä ja antamalla kuluttajan itse päätellä loput. (Boudier, Closs, Creel, Lenaers & Sabbadini 2008: 54.) Luonnonaineiden kuvailuun käytettyjä sanoja ovat usein ”puhdas”, ”terveellinen”, ”turvallinen”, ”parantava”, ”virikstävä”, ”hygieeninen” ja niin edelleen. Kuluttajilla on luonnonaineista hyvin positiivinen kuva. (Corley 2004: 7.)

## 5.2 Luonnon- ja luomukosmetiikka

Luonnonkosmetiikka terminä ei ole uusi, mutta viime vuosina kiinnostus on lisääntynyt sekä kuluttajien kesken että kosmetiikkateollisuuden sisällä (Letertre 2010: 17). Vuonna 2000 Eurooppa-neuvoston Kansanterveyskomiteassa kehitettiin suositukset luonnonkosmetiikan valmistukselle, markkinoinnille ja pakkausmerkinnöille. Niiden oli tarkoitus yhtenäistää luonnonkosmetiikka-termi ja määritellä sen valmistusperiaatteet. (Siekierski 2008.)

Sektori voidaan jakaa karkeasti kahteen kategoriaan: ”luonnolliseen” kosmetiikkaan, joka valmistetaan kasviuutteista sekä muista luonnollisista ainesosista yhdessä synteettisten kemikaalien kanssa, ja luomukosmetiikkaan, joka sisältää suurimmaksi osaksi sertifioituja luomuainesosia. (Tungate 2011: 231.) Yleisempi jaottelu on kuitenkin luonnonkosmetiikka ja luomukosmetiikka.

Suomalaisen Pro Luonnonkosmetiikka Ry:n (2012) mukaan luonnonkosmetiikka määritellään seuraavasti:

”Luonnonkosmetiikalla tarkoitetaan alaan erikoistuneiden riippumattomien organisaatioiden säätlemää ja valvomaan luonnollista alkuperää olevaa kosmetiikkaa, jossa erityishuomion kohteena on tuotteen koko elinkaaren vaikutus sekä ihmiseen että luontoon. Tuotteen elinkaari sisältää tuotekehityksen, raaka-aineiden sekä pakkausmateriaalien hankinnan, tuotteen valmistuksen, tuotteen varastoinnin, kuljetukset, myynnin ja markkinoinnin, tuotteen käytön sekä tuotteen ja pakkauksen hävittämisen käytön jälkeen.”

Luonnonkosmetiikka ei siis tarkoita pelkästään luonnollisia ainesosia sisältävää kosmetiikkaa, vaan koko tuotantoprosessi on otettava huomioon. Luomukosmetiikka on luonnonkosmetiikan osa-alue, jossa luomuraaka-aineiden minimimäärä on tarkasti määriteltä (Pro Luonnonkosmetiikka Ry 2012).

Yksi luomutuotannon osa on biodynaaminen viljely. Siinä käytetään erityisiä menetelmiä maaperän ja kasvien elovoiman vahvistamiseen, esimerkiksi istuttamista kuun vaiheiden mukaan. Biodynaamisesti viljeltyjä ainesosia sisältäville tuotteille on olemassa omat sertifikaattinsa. Tunnetuimpia biodynaamisia kosmetiikkasarjoja ovat Weleda ja Dr. Hauschka. (Fairley & Stacey 2008: 209.)

## 5.3 Luonnonkosmetiikassa käytettävät raaka-aineet

Raaka-aineiden osalta luonnonkosmetiikan perusta on mahdollisimman vähän muunnelluissa, luonnollisissa ainesosissa (Natrue Label: Requirements... 2012: 2). Luonnolliset raaka-aineet

voivat olla peräisin kasveista, eläimistä tai mineraaleista. Niiden erottaminen ja mahdollinen muokkaaminen tapahtuu fysikaalisesti, mikrobiologisesti tai entsyymaattisesti. (Siekierski 2008.)

Luonnollisten aineiden maailma on hyvin moninainen. Luonnosta saadaan esimerkiksi tuoksua, antioksidantteja, kosteuttavia, vaalentavia ja antimikrobisia aineita sekä aurinkosuojina toimivia aineita. (Corley 2004: 7.) Luonnonkosmetiikassa käytetyistä raaka-aineista moni perustuu perimätietoon. Aineita on saatettu käyttää jo tuhansia vuosia ja niiden edulliset vaikutukset tunnetaan hyvin. Tosin tieteellinen tutkimustieto saattaa joistakin aineista puuttua.

Luonnonkosmetiikassa suositetaan seuraavia ainesosia:

- Luonnolliset tai luonnosta peräisin olevat liuottimet, kuten vesi ja etanoli
- Luonnolliset hajusteet
- Emollientit ja emulgaattorit, jotka on saatu luonnollisista ainesosista, kuten kasviöljyt, esterit, vahat, polysakkaridit, proteiinit jne.
- Luonnollisen kaltaiset säilöntäaineet, joiden käyttö on kuitenkin ilmoitettava pakkauksessa.

(Siekierski 2008.)

Monen sertifikaatin kriteereihin kuuluu myös vähimmäisvaatimus luomuraaka-aineiden määrästä. Sertifioitu luomuraaka-aine tarkoittaa, että esimerkiksi kasvi on kasvatettu, kerätty, varastoitu, kuljetettu sekä tuotettu luomutuotannon sääntöjen mukaisesti (Barrett-Hill 2009: 62). Luomuraaka-aineen alkuperä pystytään jäljittämään hyvin tarkkaan, tiettyyn viljelijään ja erään saakka. Tämä on yksi lisätekijä, joka erottaa luomuraaka-aineet luonnollisista aineista.

Useat raaka-ainevalmistajat ovat kehittäneet luonnollisia ainesosia vastauksena luonnon- ja luomukosmetiikkatuotteiden kysyntään. Saatavilla on muun muassa luomuviljellyistä kasveista erotettuja ainesosia, täysin luonnollisia säilöntä- ja stabilointiaineita sekä aktiiviaineina käytettäviä kasviuutteita sekä -öljyjä. (Chapman 2003: 2.) Uusilla raaka-aineilla odotetaan olevan erilaisia vaikutuksia tuttuihin ainesosiin verrattuna. Kuluttajilla, jotka ovat valmiita panostamaan kosmetiikkatuotteisiin, on korkeat odotukset raaka-aineiden toimivuutta kohtaan. He haluavat muutakin kuin perinteisellä tavalla vaikuttavia tuotteita. Uusista kukka- ja kasvilajeista kehitettyjen raaka-aineiden toivotaan olevan esimerkiksi monivaikutteisia, mutta samalla mietoja sekä hellävaraisia, aromaterapeuttisia ja yhtä tehokkaita kuin kauneushoitoissa käytettävät raaka-aineet. (Corley 2004: 8.)

## 5.4 Kielletyt raaka-aineet

Seuraavat raaka-aineet ovat kiellettyjä luonnonkosmetiikassa:

- Synteettiset aineet, jotka voivat olla esimerkiksi hajusteita, väri- tai säilöntäaineita, antioksidantteja tai kemiallisia UV-suodattimia
- Kuolleista eläimistä peräisin olevat raaka-aineet
- Geenimuunnelluista organismeista johdetut raaka-aineet
- Petrokemian teollisuudesta peräisin olevat raaka-aineet, kuten mineraaliöljy
- Silikoniyhdisteet
- Polyakrylaatit
- Etoksyloidut raaka-aineet
- Säteiltyt raaka-aineet
- PEG- ja PPG-yhdisteet
- Alkyyilisulfaatit
- Säilöntäaineet, jotka eivät ole luonnollisen kaltaisia

(Pro Luonnonkosmetiikka Ry 2012; Siekierski 2008.)

## 6 Haasteita luonnonkosmetiikan valmistuksessa

Kaiken kosmetiikan valmistuksessa tulee noudattaa hyvää tuotantotapaa. Hyvän tuotantotavan vaatimukset saavutetaan noudattamalla laissa määrättyjen yhdenmukaistettujen standardien vaatimuksia. (L 1223/2009.) Kosmetiikan hyvää tuotantotapaa säätelevä CEN (European Committee for Standardization) -standardi on yhdistetty ISO 22716-standardiin ja se on tällä hetkellä käytössä EU:ssa. ISO 22716-standardin vaatimukset koskevat koko toimitusketjua raaka-aineiden hankinnasta lopputuotteeseen saakka. Standardi koostuu viidestä pääkohdasta, jotka koskevat laaduntarkkailua, tiloja ja laitteita, raaka-aineiden hankintaa, poikkeustapausten hoitamista ja jatkuvaa pyrkimystä kehitykseen. (De Boer 2010: 2, 4.)

Sertifikaatit asettavat lisäksi omat vaatimuksensa, joiden mukaan luonnonkosmetiikka on valmistettava. Haasteiksi voivat nousta muun muassa sopivien raaka-aineiden löytäminen, niiden muokkaaminen ja sisällyttäminen tuotekoostumuksiin sekä säilyvyys, jota käsitellään hieman laajemmin tässä työssä. Ympäristövaikutukset on myös otettava erityisen hyvin huomioon luonnonkosmetiikkaa valmistettaessa.

## 6.1 Sopivien raaka-aineiden valitseminen

Luonnonkosmetiikassa ainoastaan sertifikaattien hyväksymien raaka-aineiden käyttö on sallittua. Sertifikaateilla on omat rajoituksensa myös tuotteiden valmistustavoille. (Jha ym. 2010: 31.) Kemisteille onkin haastavaa sisällyttää luonnonraaka-aineet tuotekoostumuksiin näiden kriteerien mukaisesti (Schneider 2008: 466).

Luonnonraaka-aineita käytettäessä ongelmiksi saattavat lisäksi muodostua niiden säilyvyys, saatavuus sekä hinta. Jotkut luonnonaineet eivät ole pysyviä tietyissä valmisteissa, mikä saattaa aiheuttaa väri- ja hajuongelmia lopputuotteissa. Osaa luonnonaineista taas on saatavilla vain tietty määrä, mikä johtuu rajallisesta viljelyalasta, pitkästä jalostusajasta tai erittäin pienestä määrästä valmista raaka-ainetta, joka esimerkiksi eteerisestä öljystä syntyy. Monet niistä ovat myös kalliita. Kasvien väreissä, tuoksuissa sekä satomäärissä on lisäksi eroja. (Corley 2004: 11.)

Useat kasviraaka-aineet ovat luonnossa viljeltyjä tai sieltä kerättyjä, joten ne sisältävät kontaminantteina sieniä, bakteereita tai muita mikro-organismeja. Kasviraaka-aineet on siis puhdistettava tai steriloitava ennen käyttämistä. (D'Amelio 1999: 43.) Kun tuotteessa käytetään vain luonnollisia säilöntäaineita, on muiden raaka-aineiden oltava erittäin puhtaita ja laadukkaita sekä valmistustavan moitteeton. Valmistustapa voi olla jopa aseptinen, mikä tarkoittaa, että mikro-organismit saadaan hävitettyä tai niiden pääsy tuotteisiin pystytään estämään. Aseptinen valmistustapa vaatii investointeja henkilöstön koulutukseen ja erikoistuotantotiloihin sekä suurta tarkkaavaisuutta kaikissa tuotannon vaiheissa. (Barrett-Hill 2009: 48.)

## 6.2 Luonnollisten raaka-aineiden muokkaaminen

Vaikka luonnonkosmetiikassa suositaan enimmäkseen muuntelemattomia raaka-aineita, joudutaan joskus käyttämään myös luonnollisen kaltaisia tai muokattuja aineita. Niitä käytetään silloin, kun aitoa luonnonraaka-ainetta ei saada otettua luonnosta järkevällä tavalla (Natrue Label: Requirements... 2012: 2). Luonnollisen kaltaiset aineet ovat identtisiä luonnonaineiden kanssa, mutta laboratoriossa valmistettuja eli synteettisiä.

Luonnollisista raaka-aineista johdetut aineet ovat sallittuja luonnonkosmetiikassa vain, jos niiden funktioita ei pystytä korvaamaan luonnosta suoraan saatavilla aineilla. Nämä raaka-aineet johdetaan suoraan luonnollisista ja mieluiten luomulaatuisista aineista fysikaalisia muokkaustapoja käyttäen. (Natrue Label: Requirements... 2012: 2.) Fysikaalisia tapoja ovat muun muassa uuttaminen, suodattaminen, tislaminen ja kuivaaminen (Siekierski 2008).

Kemiallisia muokkausmenetelmiä on yleisesti vältettävä. Eri sertifikaatit sallivat kuitenkin kemiallista muokkaamista vaihtelevasti ja muokatuille ainesosille voidaan asettaa lisävaatimuksia. Esimerkiksi Natrue vaatii, että luonnollisista raaka-aineista johdettujen aineiden ympäristöystävällisyys selvitetään, jotta aineet palautuvat ongelmitta takaisin luonnon kiertokulkuun. Erityisen tarkkailun kohteena on pinta-aktiivisten aineiden biohajoavuus. (Natrue Label: Requirements... 2012: 2.) Monen sertifikaatin säännöissä määritellään lisäksi, että raaka-aineiden muokkaamiseen on käytettävä vihreää kemiaa. Vihreällä kemialla tarkoitetaan sellaisten kemikaalien ja prosessien hyödyntämistä, jotka vähentävät tai estävät vaarallisten yhdisteiden kehittymistä ja käyttöä (Brewster 2008). Se on uusi tapa valmistaa kosmetiikkatuotteita, jota voidaan verrata elintarvikkeiden valmistukseen (Cosmos-standard 2011: 2).

### 6.3 Säilyvyys ja luonnolliset säilöntäaineet

Tuotteiden mahdollinen kontaminaatio on yksi isoimmista huolenaiheista luonnonkosmetiikassa, sillä sallitut säilöntäaineet ovat rajoitettuja tai niitä ei ole ollenkaan (Schneider 2008: 466). Luonnonkosmetiikan yleistyessä ja säilöntäaineiden käytön vähentyessä on kosmetiikkatuotteiden suojaaminen tullut erittäin tärkeäksi (Lemoine 2012). Luonnolliset säilöntämenetelmät puhuttavat kosmetiikkateollisuudessa ja useiden kemistien asenteet niitä kohtaan ovatkin muuttuneet skeptisistä avoimemmiksi (Dweck 2011: 107).

Elintarviketeollisuus on hyödyntänyt jo kauan perinteisiä säilöntämenetelmiä ja luonnollisia säilöntäaineita. Yleisessä käytössä on myös tekniikka, joka perustuu useiden pieninä määrinä käytettävien ainesosien ja tekijöiden yhteisvaikutukseen mikro-organismeja vastaan. Tätä menetelmää ei ole kuitenkaan juuri hyödynnetty kosmetiikkateollisuudessa. (Dweck 2011: 107-108.)

Perinteisiä luonnollisia aineita, joita säilömiseen on käytetty, ovat muun muassa sokeri, suola, hunaja, alkoholi, glyseriini, antioksidantit sekä kelatoivat aineet, jotka heikentävät mikrobien soluseinämiä. Muita keinoja säilyvyyden parantamiseksi ovat kuumuuden hyödyntäminen valmistaessa tuotetta, kylmyydessä säilyttäminen, veden poistaminen tuotteesta sekä hapan tai emäksinen pH. Lisäksi emulsio- ja emulgaattorityyppi vaikuttavat tuotteen säilyvyyteen. Vesi öljyssä-emulsio ei pilaannu niin helposti kuin öljy vedessä-emulsio. Tämä ei silti tarkoita, ettei säilöntäsystemiä tarvittaisi vesi öljyssä-emulsioissakin. Saatavilla on joitakin luonnonkosmetiikkatuotteisiin sopivia emulgaattoreita, kuten lauriinihappo, jonka formulointi tuotteisiin on kuitenkin välillä haasteellista. (Dweck 2011: 108-113.)

Kasveilla on oma, luonnollinen säilyvyssysteeminsä, joka mahdollistaa niiden kasvun ja elämisen maaperässä ilman bakteerien, hiivojen ja homeiden hyökkäyksiä. Heti kun kasvi tai hedelmä irrotetaan kasvualustastaan, se alkaa pilaantua. Kasveissa olevat säilyvyyttä edistävät

kemikaalit vaihtelevat koostumukseltaan paljon. Joissakin kasveissa on kemikaaleja, jotka pystyvät jopa tuhoamaan mikrobeja. Ne kasvit, jotka sisältävät paljon eteeristä öljyä, säilyvät kauemmin parempina. Kemikaalien koostumus vaihtelee sen mukaan, onko kasvi elävä vai kuollut, ja myös vuodenajoilla on merkitystä. Kun kasveista halutaan eristää ainesosia, sen tulee yleensä tapahtua hyvin nopeasti, jotta niiden tehokkuus onnistutaan säilyttämään. (Dweck 2011: 113-114.)

Mitään säilöntäainetta, joka ei ole laissa määrättyllä sallittujen säilöntäaineiden listalla, ei saisi kuitenkaan käyttää kosmetiikassa. Osa luonnollisista säilöntäaineista on siten käytännössä ”laittomia”, sillä ne eivät ole kyseisellä listalla. Jos ne ovat tuotteessa iholle edullisen vaikutuksensa vuoksi, ja parantavat samaan aikaan tuotteen kokonaissäilyvyyttä, niitä ei lueta varsinaisiksi säilöntäaineiksi. Useat luonnolliset säilöntäaineet toimivat hajusteina, joten niitä voidaan lisätä tuotteeseen reilummin ja vähentää samalla varsinaisten säilöntäaineiden määrää. Myös markkinointitarkoitus sallii periaatteessa luonnollisten säilöntäaineiden lisäämisen tuotteisiin. Uusien luonnollisten säilöntäaineiden hinta on korkeampi kuin tavallisten, mutta sitä saadaan usein kompensoitua ”säilöntäaineeton”- tai ”synteettisiä säilöntäaineita sisältämätön”-markkinointiväittämällä. (Dweck 2011: 107-114.) Valmistajat eivät toisaalta edes toivo luonnollisten aineiden määrittelyä säilöntäaineiksi, sillä se mahdollistaa tuotteiden mainostamisen tällä tavoin (Steinberg 2012: 159).

Sallittujen säilöntäaineiden lista sisältää kuitenkin luonnollisen kaltaisia aineita. Näiden aineiden suora luonnosta eristäminen on myös mahdollista, mutta kallista. Luonnollisen kaltaisia säilöntäaineita ovat esimerkiksi bentsoe-, sorbiini- ja salisyylihappo, fenoksietanoli sekä booraksi, jota on käytettävä tuotteissa varoen. (Dweck 2011: 116-118.) Osa sertifikaateista sallii pienen määrän näitä synteettisiä säilöntäaineita.

Säilöntäaineilla pyritään kosmetiikan turvallisuuteen. Tuotteiden tulee tietenkin olla myös käyttäjän aisteja miellyttäviä. Luonnollistenkin säilöntäsystemien on toimittava laajalla alueella ja niiden pitää saada tuotteet säilymään hyvin varastoinnin aikana. Valmistuskustannukset eivät saa silti nousta liian korkeiksi. (Jha ym. 2010: 31.) Täydellistä säilöntäainetta ei ole olemassa, mutta sellaiselta toivotaan edellä mainittujen vaatimusten lisäksi seuraavia asioita: tehokkuutta pieninä pitoisuuksina, tuoksuttomuutta, värittömyyttä, yhteensopivuutta muiden raaka-aineiden kanssa, sopivuutta eri emulsiotyyppeihin, reagoimattomuutta, helppoa käsittävyyttä sekä turvallisuutta. Monet raaka-ainetoimittajat tarjoavat nykyisin luonnollisten raaka-aineiden sekoituksia, joiden funktio tuotteissa on säilöntäaineina toimiminen. Valmistajien tulee olla tarkkoja siitä, toimivatko raaka-aineet niin kuin väitetään, ja ovatko ne laillisia. (Steinberg 2012: 165-172.) Markkinoilla olevien tuotteiden, joiden väitetään olevan täysin säilöntäaineettomia, on oltava steriloituja puhtauden varmistamiseksi (Lemoine 2012). Säilöntäaineeton tuote alkaa pilaantua heti, kun se avataan.



#### 6.4 Optimaalisten pakkausten löytäminen

Tuotteiden säilyvyyttä voidaan parantaa luonnollisten säilöntäaineiden lisäksi pakkaamalla tuotteet pienempiin pakkauksiin sekä säilyttämällä tuotteet viileässä ja kuivassa paikassa (Gabriel 2010: 22). Pakkausmuodoista pienisuiset tuubit ovat luonnonkosmetiikalle hyviä (Dweck 2011: 129). Ilmattomat pakkaukset ovat myös lisänneet suosiotaan, sillä ne suojaavat tuotetta hapelta ja kontaminaatiolta koko sen eliniän ajan (Lemoine 2012). Uudenlaiset pumppupullot eivät päästä ilmaa sisään ja annostelevat tuotteen loppuun saakka. Kaikista turvallisimmat vaihtoehdot pakkaamiseen ovat yksittäispakkaus (kuten pussi), kuplapakkaus sekä kertakäyttöinen kapseli. Säilöntäaineettomuuden kannalta ne ovat loistavia vaihtoehtoja, mutta tuottavat toisaalta paljon jätettä. (Dweck 2011: 129.)

#### 6.5 Vaikutukset ympäristöön

Yksi luonnonkosmetiikan tuotannon haasteista on ympäristönsuojelusta huolehtiminen (Fischer 2010: 3). Kestävän kehityksen trendi on saanut valmistajat tutkimaan raaka-aineita, tuotantoprosesseja ja tuotteiden pakkaamista uudella tavalla. Ainesosia valittaessa valmistajien on harkittava tarkasti niiden vaikutusta ympäristöön. (Jha ym. 2010: 31.) Luonnon raaka-aineet eivät aina ole ympäristöä säästäviä. Joissakin tapauksissa kasvi joudutaan esimerkiksi käyttämään kokonaan, mikä saattaa vahingoittaa ekosysteemiä. Jos raaka-aine taas joudutaan kuljettamaan kaukaa, se johtaa lisääntyneisiin hiilidioksidipäästöihin. (Bénézet 2011.) Raaka-aineiden valmistus- ja muokausprosesseista tulisi saada mahdollisimman vähän ympäristöä kuormittavia (Jha ym. 2010: 31).

Luonnonkosmetiikka ottaa huomioon koko tuotteen elinkaaren, joten tuotteiden turha pakkaaminen on kiellettyä. Pakkauksissa on otettava huomioon myös käytettävä materiaali; sen ympäristöystävällisyys ja biohajoavuus. Yritykset ovatkin kehittäneet erilaisia ympäristöystävällisiä pakkauksia ja yksi mielenkiintoinen esimerkki tällaisesta tuotteesta on Aldivian suunnittelema vedetön shampoo. Normaalisti shampoo koostuu pääosin vedestä (70-80 %), mutta kyseinen shampoo sisältää ainoastaan toiminnalliset raaka-aineet. Kuluttajan tarvitsee vain lisätä kotona 50 % vettä pakkaukseen. Ekologinen pumppu mahdollistaa vaahdon syntymisen yhdellä painalluksella ja estää sen, ettei tuotetta käytetä liikaa. Näin vältetään veden kuljetamiselta ja turhilta hiilidioksidipäästöiltä. (Bénézet 2011.)

Edellytyksenä kuluttajan odotusten kohtaamiselle on tuntee mahdollisuudet, mutta myös rajoitteet, kun valmistetaan tuotteita holistisella lähestymistavalla. Tarkoituksena on löytää tasapaino trendikyyden ja tehokkuuden välille ja samalla säilyttää järkevä kustannustaso. (Jha ym. 2010: 31.) Kosmetiikkaa valmistettaessa on myös kunnioitettava eettisiä kuluttamistottumuksia (Letertre 2010: 17).

## 7 Luonnonkosmetiikan sertifiointi

Sertifiointi tarkoittaa, että valmistajasta riippumaton asiantuntijataho on todennut tuotteen olevan valmistettu luonnonkosmetiikan vaatimusten mukaisesti. Koko tuotannon on noudatettava sertifikaatin asettamia vaatimuksia ja sertifiointimerkinnot on osoitettava selkeästi pakkauksessa. Sertifikaatteja myöntävät useimmiten yksityiset yhdistykset ja yritykset. Sertifiointi ei ole luonnonkosmetiikalle pakollista, mutta tietoiset kuluttajat eivät osta tuotteita, jos niillä ei ole mitään tunnettua sertifikaattia. (Siekiärski 2008.) Sertifiointi myönnetään tietyn ajaksi ja sen aikana myöntäjätaho valvoo eli auditoi yritystä. Myös myöntävän tahon tulee olla valtuutettu. (Certification.)

Tänä päivänä on olemassa monentyyppisiä sertifikaatteja, joista yritykset voivat valita niille sopivimman vaihtoehdon. Huomioitavia asioita sertifikaatin valinnassa voivat olla esimerkiksi sen sopivuus tuotteisiin, kohderyhmään, yritysmielikuvaan tai yrityksen sisäiseen sosiaalivastuupolitiikkaan. (Arts 2010: 23.) Sertifioimaton tuote voi myös täyttää luonnonkosmetiikan vaatimukset, mutta kuluttajan tai asiantuntijakaan ei ole helppo todeta asiaa pelkän pakauksen tai markkinointimateriaalien perusteella. Pienille yrittäjille sertifiointin kustannukset voivat myös nousta liian korkeiksi, joten he saattavat jättää sertifiointin sen takia hakematta. Harvalla suomalaisella luonnonkosmetiikkasarjalla on toistaiseksi kansainvälistä sertifiointia, mutta niitäkin löytyy muutama, kuten Ecocertillä sertifioitunut Vivisante Natural Skin sekä Mia Höytö Cosmetics.

### 7.1 Miksi sertifikaatteja tarvitaan?

Kun luonnonkosmetiikan kysyntä oli pienempää, sertifikaatteja ei tarvittu, sillä valmistajat myivät tuotteita suoraan paikallisille kuluttajille ja he taas tiesivät, mitä valmistajat tuottivat (Wuttke 2011). Tänä päivänä luonnonkosmetiikkamarkkinat ovat jatkuvassa muutostilassa. Alalla toimivien yritysten ja luonnonkosmetiikkaa käyttävien kuluttajien määrä kasvaa jatkuvasti. (Cosmebio Charter 2011: 3.) Myös raaka-aineita tuotetaan lukuisten valmistajien toimesta eri puolilla maailmaa ja erilaisia standardeja käyttäen. Kysynnän kasvaessa sertifikaatit ovat tulleet tarpeellisiksi. (Wuttke 2011.) Niiden perustavoitteena on suunnitella vähimmäisvaatimukset EU:ssa tunnetuille ”luonnonkosmetiikka”- ja ”luomukosmetiikka”-termeille, joka mahdollistaisi merkintöjen käytön kansainvälisellä tasolla (Arts 2010: 23).

Luonnon- ja luomukosmetiikkamerkeiltä vaaditaan aitoutta ja valveutuneet kuluttajat suosivat sellaisia tuotteita, joilla on sertifiointi (Boudier, Closs, Creel, Lenaers & Sabbadini 2008: 54). He haluavat, että luonnon- ja luomukosmetiikan väittämät perustuvat tuotemerkin halun osoittamaan avoimesti tuotteiden jäljitettävyyteen, mikä sertifikaateilla voidaan taata. Esi-merkkinä tästä on Natrue-sertifikaatin tarjoama palvelu, jossa jokaisen on mahdollista etsiä

yksittäisen tuotteen alkuperä Natruen nettisivuilta. (Wuttke 2011.) Kuluttajat voivat luottaa siihen, että sertifikaatin saaneet tuotteet ovat sitä, mitä ne lupaavatkin, ja väittämässä käytettävä kieli on selkeää ja todenperäistä. Epämääräisten termien käyttöä kosmetiikan markkinoinnissa saadaan siis vähennettyä. (Wuttke 2011.) Sertifiointi takaa kuluttajalle lisäksi sen, että tuote on ympäristöä säästävällä tavalla valmistettu ja kaupankäynti on noudattanut kestävän kehityksen periaatteita (Arts 2010: 23). Ilman sertifikaatteja yritykset voisivat vääristellä faktoja, joten niillä pystytään lisäämään avoimuutta ja luotettavuutta (Wuttke 2011).

Jotta kuluttajien olisi helpompi ymmärtää tuotteille asetettuja sertifiointivaatimuksia, monet sertifikaattien myöntäjät ovat alkaneet tiedottaa kriteereistään julkisesti. Ensimmäisenä neuvonnan aloitti Natrue. (Letertre 2010: 17). Nykyään lähes kaikkien sertifikaattien vaatimukset ovat avoimesti saatavilla ja jokainen voi tutustua niihin halutessaan.

Vaikka moni kuluttaja vaatii luonnonkosmetiikkatuotteelta sertifiointia, on vielä runsaasti ihmisiä, jotka eivät tunnista sertifiointimerkkejä. Tanskalainen luomutuotevalmistaja Urtekram teetti tammikuussa 2011 suomalaisille 18-74-vuotiaille kyselytutkimuksen, jossa tutkittiin luomutuotteisiin suhtautumista ja jonka vastaajamäärä oli 1005 henkilöä. Tutkimuksen mukaan suomalaiset tunnistavat erityisen huonosti kosmetiikan sertifikaatit. Vain muutama prosentti vastaajista tiesi eurooppalaiset sertifiointimerkit. Tunnetuimpia niistä olivat Cosmebio, Ecocert ja BDIH. Syynä saattaa olla se, että kosmetiikkasertifikaattien tunnettuuden eteen on tehty vähemmän työtä kuin elintarvikkeiden vastaavien merkkien. Viidesosa vastaajista ei edes tiennyt, että luonnollisia ja luomutuotteita on saatavilla kosmetiikassa. Suomalaiset luottavat kuitenkin sertifiointiin, sillä vastaajista noin 70 % piti eurooppalaisten luomutuotteiden sertifiointia ja valvontaa vähintään melko luotettavana. (Suomalaiset eivät tunnista... 2012.)

## 7.2 Sertifikaattien yhtenäistäminen

Luonnonkosmetiikkamarkkinoiden kasvu on lisännyt tuotemerkkien myötä myös erilaisten laatustandardien ja sertifikaattien määrää. Nykyään standardeja on niin paljon, että kuluttajan on vaikeaa pysyä selvillä kaikista ja niiden tuotteille asettamista vaatimuksista. EU:n työryhmä on työskennellyt yhtenäistääkseen sertifikaatteja, jotta aitoja luonnonkosmetiikkatuotteita pystyttäisiin suojelemaan. (Letertre 2010: 17.) Yhtenäisellä sertifikaatilla voitaisiin myös lisätä luonnonkosmetiikan myyntiä, sillä sertifiointivaatimukset olisivat tällöin kuluttajille helpompia hahmottaa (Matthews 2007: 20).

Asiantuntemuksen yhdistäminen luonnonkosmetiikkasektorilla on lisäksi hyödyllistä, kun halutaan vaikuttaa lainsäätäjiin. Erikoistunut tieto on arvokasta ainoastaan, jos se keskitetään ja tuodaan lainsäätäjien saataville tarpeeksi aikaisessa vaiheessa. Keskitettyä asiantuntemusta

voidaan myös käyttää perustana tutkimusprojekteissa, jotka toteutetaan yhteistyössä luonnonkosmetiikkayhdistysten tai muiden instituutioiden kanssa. (Letertre 2010: 16.)

Sertifikaattien yhdistämisessä on ollut haasteena erilaisten kriteereiden yhteensovittaminen. Tähän mennessä onnistunein hanke on Cosmos-standardi, jonka alle on yhdistyneenä eniten eurooppalaisia sertifioijia. Esimerkiksi Cosmoksessa mukana olevien Ecocertin ja Soil Associationin kriteerit poikkeavat toisistaan melko paljon, joten siitä syystä sertifikaatin lanseeraamiseen on mennyt paljon aikaa. Sillä välin muut sertifikaatit, kuten Natrue, ovat saavuttaneet tunnettua ja jalansijaa Euroopassa sekä Yhdysvalloissa. (Bird 2009.)

Seuraavassa osiossa tarkastellaan sertifikaattien vaatimuksia yksitellen. Tietoa on kerätty sertifikaattien omilta internet-sivuilta, kirjallisuudesta ja artikkeleista, sekä pyytämällä tarkentavia tietoja suoraan yrityksiltä. Tutkimuksessa ovat mukana tärkeimmät eurooppalaiset sertifikaatit, sillä Yhdysvaltojen ja Australian lainsäädännöt eroavat eurooppalaisesta lainsäädännöstä. Tärkeimmät tiedot sertifikaateista on lisäksi koottu taulukoihin (liitteet 1-7).

### 7.3 Ecocert

Ecocert on Euroopan tunnetuin sertifiointielin, joka toimii yli 80 maassa ympäri maailman (Matthews 2007: 19). Ecocertillä on 23 toimistoa ja tytäryhtiötä (Organisation). Se sertifioi luonnon- ja luomukosmetiikkaa ja paljon muitakin tuotteita, kuten siivousaineita, kotituoksua, maaleja, lannoitteita sekä reilun kaupan tuotteita (Our Approach).

Ecocert perustettiin Ranskassa vuonna 1991 (Our Approach). Se oli ensimmäinen luonnon- ja luomukosmetiikan sertifioijista (Natural and Organic Cosmetics). Sen perustajina oli joukko agronomeja, jotka halusivat kehittää ympäristöystävällistä maanviljelyä ja lisätä sen tuotantotapojen arvostusta. Perustamisesta lähtien Ecocert on keskittynyt erityisesti luomuviljelyjen tuotteiden sertifiointiin. Se edisti luomuviljelyn leviämistä 90-luvulla auttamalla luomaan eurooppalaiset säädökset ja on edelleen vahvasti mukana luomuviljelyn puolestapuhujana. Ecocertistä on tullut tärkeä yritys sertifioijille kansainvälisellä tasolla ja siihen luottavat sekä ammattilaiset että kuluttajat. (Our Approach.)

Ecocert on alusta saakka ollut itsenäinen ja vakaumuksilleen uskollinen yritys, joka on hyödyntänyt omaa asiantuntemustaan ympäristön suojelemissa ja jonka avulla se on luonut tiukat määritelmät tuotteiden tarkastukseen, sertifiointiin, järjestelmään sekä palveluihin. Sääntöjen tarkoitus on rohkaista Ecocert-yhtymän osakkaita harjoittamaan vastuullisia toimintatapoja, jotta ne kohtaisivat kuluttajien odotukset. (Our Approach.) Jokainen standardi on kehitetty yhdessä kyseisen alan asiantuntijoiden kanssa (Private Inspection). Luonnon- ja luomukosmetiikkastandardeja ovat olleet kehittämässä kosmetiikka-alan asiantuntijat, jotka

ovat havainneet standardien tarpeellisuuden sekä kuluttajille että ammattilaisille (Ecocert Standard 2012: 6).

Ecocertin tavoitteena on määritellä EU:n lainsäädäntöä korkeampi laatutaso kosmetiikkatuotteille, jotka takaavat luonnollisten raaka-aineiden tuoman lisäarvon ja jotka valmistetaan ympäristöystävällisellä tavalla. Ecocert pyrkii lisäämään luomuviljelyn ja tiettyjen kosmetiikkatuotteiden yhteenkuuluvuutta edistämällä luomulaatuisia kasviraaka-aineita sisältävien tuotteiden käyttöä. Luomulaatuiset raaka-aineet ovat paras tae luonnon arvostamisesta, joten niitä halutaan suosia ennen kaikkea. Kosmetiikkatuotteiden ja ympäristön kunnioittamisen toivotaan siis yhdistyvän toisiinsa entistä enemmän. Tavoitteena on myös kuluttajien arvostaminen, joten harhaanjohtavaa markkinointia ei sallita. Ecocert pyrkii lisäksi pysymään avoimena kehitykselle ja muutoksille, joita voi tulla esimerkiksi lakeihin. (Ecocert Standard 2012: 6-7.)

Ecocertin sertifioimien tuotteiden täytyy sisältää vähintään 95 % luonnollisia ainesosia. Synteettisten ainesosien määrä ei siis saa ylittää viittä prosenttia ja niiden tulee löytyä sallitulta listalta. Ecocertin luonnonkosmetiikkasertifikaatin saaneen tuotteen sisältämistä kasvi- sekä kasviperäisistä raaka-aineista vähintään 50 % tulee olla luomuviljeltyjä. Vastaava luku luomukosmetiikaksi sertifioituissa tuotteissa on 95 %. Luonnonkosmetiikkatuotteiden kaikista ainesosista vähintään 5 % tulee olla sertifioitu luomulaatuisiksi. Luomukosmetiikkatuotteissa taas sertifioituja luomuainesosia tulee olla vähintään 10 %. (Ecocert Standard 2012: 20-21.) Sallitut ainesosat voivat olla peräisin kasveista, maaperästä, merestä tai eläimistä. Lisäksi sallitaan joitain synteettisiä ainesosia, joiden funktio tuotteessa on toimia säilöntä-, kelatoivana tai denaturoivana aineena. Eri ryhmiin kuuluville raaka-aineille ja niiden käsittelytavoille on olemassa erikseen tarkat säännöt. Pääperiaatteena on, ettei ainesosien tuottaminen saa aiheuttaa vahinkoa luonnolle, ympäristölle tai eläimille. (Ecocert Standard 2012: 17-36.)

Kasviraaka-aineiden osalta on todistettava, etteivät ne ole geenimuunneltuja. Luomuraaka-aineet taas voivat olla muidenkin luomusertifioijien hyväksymiä. Kemiallisesti muokatut ainesosat sallitaan, jos tuottamiseen on käytetty vähintään yhtä luomuainesosaa. Yksi erikoistapaus ovat myös nanopartikkelit, jotka ovat kiellettyjä, mutta mineraaleista peräisin olevissa ainesosissa ne voidaan poikkeuksellisesti sallia. Vesi luetaan mineraaliraaka-aineisiin kuuluvaksi, joten sitä ei voida laskea luomuainesosien joukkoon. Ecocertillä on lisäksi omat määritelmät uutteille sekä bioteknologialla valmistetuille ainesosille. (Ecocert Standard 2012: 17-19.)

Sertifikaatin voi saada myös yksittäinen tuote tai raaka-aine. Sertifioinnista kertovan merkin tulee olla selkeä ja sen täytyy viitata sertifioinnin myöntäneeseen tahoon eli Ecocert Greenlife:n. Kun tuotteessa on sertifikaatista kertova merkintä ja Ecocert-logo (kuva 1), siitä

täytyy löytyä myös luonnon aineosien määrä, eli kuinka monta prosenttia kaikista tuotteen sisältämistä ainesosista on luonnollisia. Luomuainesosien määrä on myös merkittävä vastavalla tavalla. Tuotteen ollessa 100-prosenttisesti luomulaatuinen, pelkkä toteamus tästä riittää. Raaka-aineelle vaatimukset ovat samat. (Ecocert Standard 2012: 15-16.)

Sekä sertifikaattimerkinnän että luonnollisten ja luomuainesosien prosenttimerkinnän on sijaittava samassa kohdassa tuotetta. Luomutuotettujen ainesosien perään lisätään ainesosaluettelossa tähtimerkki (\*), joka viittaa lauseeseen ”ingredient from organic farming” (=”ainesosa on peräisin luomuviljelystä”). Jos luomuainesosaa on muokattu kemiallisesti, se merkitään kaksoistähtimerkillä (\*\*), joka viittaa kohtaan ”made using organic ingredients” (=”tehty luomuainesosia käyttäen”). ”Organic”- eli luomu-termiä tai edes sen osaa ei saa käyttää tuotteessa tai kaupallisessa nimessä, jos ainesosista vähintään 95 prosenttia ei ole luomuviljeltyjä. (Ecocert Standard 2012: 15-16.)

Tuotteiden tuotannossa on kulutettava mahdollisimman vähän energiaa ja ne tulee pakata kierrätettäviin materiaaleihin, kuten lasiin, alumiiniin tai tiettyihin muoveihin. Jos tuotteen pakkaaminen tällaiseen materiaaliin ei onnistu, Ecocert arvioi yrityksen käyttämän korvaavan pakkausmateriaalin huolellisesti. Jotkut pakkausmateriaalit, kuten PVC, ovat täysin kiellettyjä. Ylimääräistä pakkaamista tulee myös ehdottomasti välttää. Monet ponnekaasuista ovat lisäksi kiellettyjä. (Ecocert Standard 2012: 22.)

Ecocertin sertifiointiprosessi sisältää 12 vaihetta. Prosessi suoritetaan vuoden välein ja se johtaa joko sertifikaatin myöntämiseen tai jatkamiseen. Sertifiointin ensimmäisessä ja toisessa vaiheessa yritys pyytää Ecocertiltä lomakkeet sertifikaatin hakemista varten ja Ecocert lähettää ne yritykselle. Kolmannessa vaiheessa yritys täyttää hakemuksen ja lähettää sen taas takaisin Ecocertille. Tämän jälkeen, neljännessä vaiheessa, sertifiointiosasto tarkastaa hakemuksen ja lähettää yritykselle tarjouksen sertifiointia koskien. Viides vaihe on yrityksen sitoutuminen sopimukseen allekirjoituksella. (The Certification Process... 2011: 7.)

Kun yritys hyväksyy tarjouksen, varsinainen sertifiointiprosessi aloitetaan. Kuudennessa ja seitsemännessä vaiheessa Ecocert lähettää yritykselle ensimmäiseen tarkastukseen valmistautumista varten lomakkeet, jotka yritys palauttaa täytettyinä. Ennen tarkastusta Ecocert tekee vielä yritystä varten yksilöllisen suunnitelman, jonka pohjalta tehdään päätökset tarkastuksen kohteista (kahdeksas vaihe). Tarkastuskohteita voivat olla esimerkiksi valmistusprosessin eri osat tai tuotteiden pakkaaminen. Yhdeksäs vaihe on varsinainen tarkastus yrityksessä, jossa ilmoitetaan mahdolliset korjausta vaativat epäkohdat, otetaan tarvittaessa näytteitä sekä allekirjoitetaan yhdessä tarkastusraportti. Viimeiset vaiheet ovat tarkastusraportin läpikäyminen, mahdollisten epäkohtien korjaaminen sekä päätös sertifiointista. (The Certification Process... 2011: 7.)

Seuraavana vuonna sertifikaatin saamisesta sitä haetaan uudelleen ja sertifiointiprosessin vaiheet käydään läpi kolmannesta vaiheesta alkaen. Ecocert päivittää yrityksen tiedot tarkistettuaan hakemuksen. Sertifioidun yrityksen valvomiseksi Ecocert tekee tarkastussuunnitelman, joka koostuu erilaisista toimenpiteistä. Niitä voivat olla perusteellinen auditointi tai täydentävät auditoinnit, seuranta, dokumenttien tarkistus, näytteidenotto analysointia varten jne. (The Certification Process... 2011: 6.)

Mahdollinen näytteiden otto tapahtuu koulutettujen tutkijoiden toimesta, jonka jälkeen ne lähetetään Ecocertin hyväksymiin laboratorioihin tutkittaviksi. Myös laboratoriot on valittu tiettyjen kriteereiden mukaisesti ja ne tarkastetaan joka vuosi. Testitulokset tutkii Ecocertin tytäryhtiö yhdessä analyysiosaston kanssa. Tutkimuksissa löytyneet kontaminaatiot tarkistetaan heti alkuperän sekä sisällön osalta. (Ecoproducts.)

Valvonnassa sertifiointin vaiheet 6-12 toistetaan ja tarkastaja varmistaa, että mahdolliset korjaavat toimenpiteet on suoritettu ja että ne ovat toimineet (The Certification Process... 2011: 6). Auditoidijat laativat tarkastuksistaan raportit, jotka lähetetään Ecocertin pääkonttorille. Sertifiointitarkastajat käyvät läpi tutkimusraportit ja katsovat, vastaavatko ne vaatimuksia. Ecocertin valvonta sertifiointin saaneille yrityksille on jatkuvaa. Jotta jokainen tuotantoketjun osa olisi jäljitettävissä, koko tuotantoprosessi on tarkastuksien alla. Niitä voidaan tehdä tuotantoketjun kaikissa vaiheissa, kuten jalostuksessa, pakkauksessa tai varastoinnissa. Osa tarkastuksista voidaan tehdä pistokokeina. Sääntörikkomukset johtavat oikaisutoimenpiteisiin tai sanktioihin. (Certification.)

Ecocertin kansainvälisessä verkostossa jokaisella maalla on oma vastuuhenkilönsä, mikä mahdollistaa tuotteiden tehokkaan tarkastamisen ja jäljitettävyyden. Henkilökunta rekrytoidaan kustakin maasta ja koulutetaan Ecocertin tutkimusmetodeihin ja prosesseihin. (Organisation.) Ecocertiä itseäänkin valvotaan: sen tekemää sertifiointia tarkkailee itsenäinen valvontakomitea, joka koostuu tuotantoketjun toimijoista, kuluttajista sekä asiantuntijoista. Se on vastuussa muun muassa sertifiointiprosessien asianmukaisuudesta, standardien muutosten valvomisesta sekä vetoomusten ja valitusten arvioimisesta. (Certification.)



Kuva 1: Ecocert-logot (Evolve Beauty; Special Chem)

#### 7.4 Natrue

Natrue on kansainvälinen luonnonkosmetiikkajärjestö, joka muodostuu joukosta johtavia luonnon- ja luomukosmetiikkavalmistajia. Brysselissä sijaitseva hallinto on itsenäinen osa, joka hoitaa Natrue-merkin päivittäistä johtojärjestelmää. Varsinaisen sertifiointin tekevät Natruen valtuuttamat sertifiointijat. (Letertre 2010: 16, 20.)

Natrue-sertifiointimerkki (kuva 2) sai välittömän tunnustuksen ja hyväksynnän kosmetiikka-alalla perustamisensa jälkeen. Sillä voidaan sertifioida luonnon- ja luomukosmetiikkatuotteita sekä yksittäisiä raaka-aineita. Sertifioituja tuotteita on saatavilla lähes kaikissa maissa. (Letertre 2010: 16-17.) Tähän mennessä Natrue on sertifioinut 2 685 tuotetta, jotka on lueteltu Natruen nettisivuilla (Beelen 2012).

Natrue-merkin kehitystyö alkoi vuonna 2006, kun globaalien kosmetiikkayritysten sekä pienempien kosmetiikkavalmistajien tiedemiehistä koostunut työryhmä valmisti Saksan kosmetiikka- ja pesuaineyhdistyksen (IKW) tekemän aloitteen luonnonkosmetiikan määritelmästä (Letertre 2010: 18). Työryhmässä oli mukana jäseniä muun muassa Weledalta, Dr Hauschkalta, Santeverdeltä, Primaveralta ja Logonalta (Arts 2010: 23). Jäsenet yhdistivät voimansa tarkoituksenaan luoda mahdollisimman korkealaatuiset kriteerit luonnonkosmetiikalle ja sen ainesosille (Letertre 2010: 16).

Tavoitteena oli kehittää selkeä ja tarkka, mutta kuitenkin toteuttamiskelpoinen määritelmä, jossa huomioitaisiin kuluttajien odotukset, luonnon- ja luomukosmetiikkatuotteiden tehokkuus sekä niiden hyväksyntä. Määritelmässä eriteltiin muun muassa tietyt muokkaustavat luonnonkosmetiikalle, joihin yksityiset sertifiointitahot olivat sallineet lukuisia poikkeuksia. Kehitetyt kriteerit toimivat Natrue-merkin perustana, kun se lanseerattiin vuoden 2007 lopul-



la. Kehitystyön tehneestä työryhmästä tuli myöhemmin Natruen tieteellinen komitea, joka toimii sertifikaatin kriteerien ja merkin valvojana. (Letertre 2010: 18.)

Natruen perustajajäsenille on kertynyt hyvin paljon kokemusta luonnon- ja luomukosmetiikan valmistuksesta sekä sertifioitujen luomuraaka-aineiden muokkaamisesta. He toimivat lisäksi yhteistyössä perinteisen kosmetiikan kansainvälisten asiantuntijoiden kanssa. Natruen päämääränä on kehittää laajasti hyväksytty ja kilpailukelpoinen verkosto luonnon- ja luomukosmetiikkateollisuudelle ja edustaa sitä lakia säätäville elimille Euroopassa sekä maailmalla. Natrue haluaa myös lisätä tietoisuutta luonnonkosmetiikan sisältämien raaka-aineiden arvosta sekä kuluttajille että ympäristölle. Korkealuokkaisten luonnonraaka-aineiden saatavuus ja moninaisuus halutaan turvata. (Letertre 2010: 16.)

Sertifikaatin asema on tavoitteena vakiinnuttaa kansainvälisesti tarkoilla, pysyvillä ja läpinäkyvillä kriteereillä, joihin kuluttajat voivat luottaa ja jotka auttavat heitä kosmetiikka-tuotteiden valinnassa (Letertre 2010: 17). Natruen kriteerien on tarkoitus olla vaativampia juuri läpinäkyvyyden ja johdonmukaisuuden osalta kuin tällä hetkellä Euroopassa käytössä olevien sertifikaattien (Natrue Label: Requirements... 2012: 1). Lisäksi Natruen tavoitteena on tieteellisen toiminnan tukeminen ja taustatietojen tuominen kaikkien saataville (Letertre 2010: 17).

Yhdistyksen jäsenyrityksillä on tuotteilleen erittäin korkeat standardit, jotka koskevat niiden luonnollisuutta ja sopivuutta iholle. Tuotteissa pyritään käyttämään uusiutuvia luonnonraaka-aineita sekä mahdollisimman paljon luomulaatuisia raaka-aineita. Yhdistyksen jäsenet ottavat kaikessa toiminnassaan huomioon holistisen ajattelutavan, joka pyrkii ihmisten ja luonnon harmoniaan. (Letertre 2010: 16-17.)

Natrueella on kolme erilaista sertifikaattimerkkiä: luonnonkosmetiikka ("natural cosmetics"), luonnonkosmetiikka luomuainesosilla ("natural cosmetics with organic portion") sekä luomukosmetiikka ("organic cosmetics"). Luonnonkosmetiikka-merkin vaatimukset toimivat perustana kaikille Natruen tarjoamille sertifikaateille. Kaikkien tuotteiden on siis ensin täytettävä luonnonkosmetiikan vaatimukset, ennen kuin ne voivat saada muita merkkejä. Luonnonkosmetiikkamerkin ansaitakseen tuotteen ainesosien tulee olla luonnollisia tai peräisin luonnollisista raaka-aineista, mutta niiden ei tarvitse olla luomulaatuisia. Lisäksi luonnonkosmetiikka-tuotteisiin sallitaan myös luonnollisen kaltaisia ainesosia. (3 Levels of Certification 2010.) Luonnon raaka-aineiden vähimmäismäärä, niistä muokkaamalla saatujen ainesosien enimmäismäärä sekä luonnollisten kaltaisten ainesosien määrä määräytyy tuotetyypin mukaan. Shampoiden ei tarvitse esimerkiksi sisältää yhtä paljon luonnollisia aineita kuin vartaloöljyjen. (Product Categories 2010.) Erilaisia tuotetyyppejä on 13.

Luonnollisten aineiden muokkaaminen on sallittu vain tietyillä, määritellyillä tavoilla. (3 Levels of Certification 2010.) Muokkaaminen on lisäksi luvallista vain silloin, kun se on ehdottomasti tarpeen. Sallitut, luonnollisista raaka-aineista johdetut ainesosat sekä luonnollisen kaltaiset ainesosat on lueteltu omilla listoillaan. Luonnollisen kaltaiset ainesosat ovat säilöntäaineita, pigmenttejä sekä mineraaleja. Jos luonnollisen kaltaisia säilöntäaineita käytetään, ne on lueteltava pakkauksessa. (Natrue Label: Requirements... 2012: 1, 4.) Mineraalit saavat olla luonnollisen kaltaisia, sillä ne ovat yleensä luonnossa epäpuhtaina, eikä niitä voida käyttää sellaisenaan kosmetiikkatuotteissa (Letertre 2010: 20). Vettä tai suolaa ei lasketa mukaan luonnollisten aineiden joukkoon (Wuttke 2011). Poikkeuksena on suoraan kasviksista saatu vesi. Tuotteissa käytettäviltä pinta-aktiivisilta aineilta vaaditaan täyttä biohajoavuutta. (Natrue Label: Requirements... 2012: 4-5.)

Luonnonkosmetiikka luomuainesosilla -merkin saaminen edellyttää, että vähintään 70 % luonnollisista ja niistä johdetuista ainesosista on peräisin luomuviljelystä tai kontrolloiduilta keräilyalueilta. Merkki vaatii tuotteelta enemmän luonnollisia ainesosia ja sallii vähemmän luonnollisista aineista muokattuja ainesosia kuin luonnonkosmetiikka-merkki. Luomukosmetiikkasertifikaatin saaminen on jo haastavaa, sillä sen kriteerien mukaan vähintään 95 % luonnollisista ja niistä johdetuista ainesosista on oltava luomuviljeltyjä tai peräisin kontrolloidusta keräilystä. Luonnollisten ainesosien määrän on myös oltava suurempi kuin toisen asteen sertifiointiin saaneilla kosmetiikkatuotteilla. Vain harvat tuotteet voivat ylittää Natruen luomukosmetiikkamerkin vaatimuksiin. (3 Levels of Certification 2010.) Jotta tuotteet voivat käyttää Natrue-logoa, on vähintään 75 % merkin tuotteista oltava sertifioitua luonnon- tai luomukosmetiikkaa. Vaatimus ei kuitenkaan koske sertifioitavia raaka-aineita. (Natrue Label: Requirements... 2012: 3.)

Natruen pakkauksia koskeviin vaatimuksiin kuuluvat mahdollisimman vähäinen pakkausmateriaalin käyttö, materiaalien kierrätettävyyden sekä usean käyttökerran pakkaukset (lukuun ottamatta näytteitä). Kiellettyjä pakkausmateriaaleja ovat halogenoidut muovit. Pakkaussäiliöissä ei sallita herkästi räjähtäviä yhdisteitä. (Natrue Label: Requirements... 2012: 7.)

Yrityksen ei tarvitse olla Natruen jäsen saadakseen sertifiointin tuotteilleen (Letertre 2010: 20). Prosessi toimii siten, että sertifiointia haetaan Natruen hyväksymältä, omavalintaiselta sertifioijalta, joka tarkastaa tuotteet Natruen kriteerejä vastaaviksi yrityksen toimittamien dokumenttien pohjalta (Conditions and How It Works 2010). Sertifioijan valinta voi perustua sijaintiin, kieleen, hintaan tai muuhun yrityksen päättämään perusteeseen (Letertre 2010: 20). Hyväksyttyjä sertifioijia on eri puolilla maailmaa ja ne on lueteltu Natruen nettisivuilla.

Dokumenttien tarkastus on sertifiointin ensimmäinen vaihe, jossa annetaan muun muassa tiedot siitä, kuinka monta prosenttia merkin tuotteista on luonnonkosmetiikkaa, tiedot raaka-

aineiden alkuperästä sekä suunnitellut maat, joihin tuotteita viedään. Seuraava vaihe on sertifioijan tekemä tarkastus paikan päällä yrityksessä, joka on tehtävä kolmen kuukauden kuluessa ensimmäisestä vaiheesta. Tarkastuksessa voidaan ottaa käsittelyyn esimerkiksi tuotantovaiheet, joiden tulee olla jäljitettävissä. Dokumenteissa ilmoitettujen ainesosien tulee myös olla tuotteissa käytössä vastaavissa laaduissa ja määrissä. (Conditions and How It Works 2010.)

Sertifiointi on voimassa kaksi vuotta sen saamisesta. Uudelleensertifioinnissa jokaisesta tuotteesta on maksettava sertifiointimaksu. Tilat tarkastetaan uudelleensertifioinnin yhteydessä aina kahden vuoden välein huolimatta siitä, onko yritys alkanut tuottaa uusia tuotteita. Jos yrityksen tilat on jo tarkistettu aiemmin samana vuonna, uutta tarkastusta ei tarvita. Yrityksen on myös tehtävä ilmoitus Natruelle, jos tuotteiden koostumuksiin tulee muutoksia. Natrue tekee tällöin päätöksen siitä, tarvitaanko tarkastusta tai jopa uutta sertifiointia. Yritykset, jotka suorittavat varsinaiset sertifioinnit, ovat myös Natruen jatkuvien tarkastusten kohteena. (Conditions and How It Works 2010.) Natrue tekee lisäksi joka vuosi satunnaisesti valituille tuotteille sertifioinnin uudelleen, jotta voidaan varmistua sen oikeellisuudesta. Samanlaista menettelyä ei ole käytössä muilla sertifiointitahoilla. (Letertre 2010: 20.)



Kuva 2: Natrue-logo (Download area 2010).

## 7.5 Cosmebio

Cosmebio on ranskalainen luomu- ja luonnonkosmetiikan ammattilaisten yhdistys sekä yksi johtavista sertifikaattien myöntäjistä. Sillä on noin 400 jäsentä Ranskassa ja muualla maailmassa. (About Us.) Sertifioituja tuotteita on noin 9000 (News). Cosmebion jäsenet koostuvat kosmetiikkalaboratorioista, jakelijoista, sopimusvalmistajista sekä raaka-ainetoimittajista. Cosmebion jäseniksi voivatkin liittyä kaikki luomu- ja luonnonkosmetiikkasektorilla toimivat yritykset. Siitä on lyhyessä ajassa tullut tärkeä yhdistys, joka yhdistää luonnonkosmetiikka-alan päätoimijoita ja joka on perustajajäsenenä eurooppalaisessa Cosmos-standardissa.

(About Us.) Cosmebio-sertifikaatin voi saada tuotteille tai yksittäisille raaka-aineille (Certified Ingredients).

Cosmebio perustettiin vuonna 2002. Yhdistys sai alkunsa kymmenen kosmetiikkalaboratorion sitouduttua perustamisasiakirjaan, jossa laadittiin luomuviljeltyjä ainesosia suosivan luomu- ja luonnonkosmetiikkateollisuuden yhdistyksen perusteet. Perustamisasiakirja pohjautuu tar-koille ja avoimille kriteereille. Se on johtanut kahden luomu- ja luonnonkosmetiikkasuosituk-sen syntymiseen, jotka on rekisteröity Ranskan työllisyysministeriössä. Ne ovat syntyneet tii-viissä yhteistyössä sertifikaatteja myöntävien tahojen ja kosmetiikka-alan ammattilaisten kesken. Ensimmäinen standardi tehtiin Ecocertin kanssa vuonna 2003 ja toinen Qualité Fran-cen kanssa vuonna 2004. Standardit määrittävät tarkat vaatimukset, jotka Cosmebion hyväk-symien tuotteiden on täytettävä ja prosessit, joita tuotteiden valmistuksessa käytetään. Li-säksi näissä standardeissa on määritelty tarkastukset, jotka tehdään valtuutettujen sertifioin-tielinten toimesta. (About Us.)

Kaikki Cosmebion jäsenyritykset uskovat ajatukseen, että luomu- ja luonnonkosmetiikka tar-joaa kuluttajille kallisarvoista hyötyä ja lisää myönteistä kehitystä kosmetiikkateollisuudessa, sekä laajemmalla tasolla koko yhteiskunnassa. Cosmebio-yhdistyksen kolme perusperiaatetta on ihmisarvot ja eettisyys, tieteellinen lähestymistapa luonnon- ja luomukosmetiikkaan sekä luonnon suojeleminen ja luomuviljelyn edistäminen. Jäsenyritykset sitoutuvat kahdeksaan sitoumukseen, jotka perustuvat näille periaatteille. Kolme sitoumuksista on suosituksia ja ne liittyvät vastuulliseen viestintään, reilun kaupan suosimiseen sekä luonnon monimuotoisuuden säilyttämiseen. Neljä sitoumuksista on yrityksille pakollisia. Ne koskevat kouluttautumista, selkeän ja oikeellisen tiedon antamista kuluttajille, sertifioitujen tuotteiden määrää sekä Cosmebion graafisen ohjeiston noudattamista. Kahdeksas ja viimeinen sitoumuksista on vuo-den kuluessa liittymisestä toimitettava raportti siitä, kuinka reilu kauppa toteutuu yrityksen käyttämien raaka-ainetoimittajien osalta. Raportti liitetään Cosmebion yhteiseen kestäväen kehityksen vuosiraporttiin. (Cosmebio Charter 2011: 2-8.)

Ihmisarvojen ja eettisyyden periaatteisiin liittyviä sääntöjä ovat seuraavat asiat: sekä miesten että naisten työllistäminen yritysprojekteihin, johon suhtaudutaan lisäarvoa tuovana asiana; asumis- ja työolojen tekeminen ihmisarvoa sekä hyvinvointia kunnioittaviksi; selkeän ja to-denperäisen tiedon jakaminen kuluttajille; reilun kaupan suosiminen; sekä koko tuotantoket-jun sitoutumisen tukeminen. Kaikista jäsenyrityksistä vähintään yhden vastuuhenkilön on otettava vuosittain osaa Cosmebion koulutuspäiville, joilla käsitellään yhdistyksen periaattei-ta, sertifiointistandardeja sekä näihin tulleita muutoksia. Reilun kaupan toteutumisesta teh-tävä arviointi kuuluu myös eettisyyteen liittyviin sääntöihin. (Cosmebio Charter 2011: 4.)

Kosmetiikkatuotteita koskevia sääntöjä ovat: sertifiointi Cosmebion vaatimusten mukaisesti; luonnolliset raaka-aineet, jotka ovat peräisin uusiutuvista lähteistä ja mieluiten luomuviljeltyjä; saastuttamattomat ja turvalliset valmistusmenetelmät, joissa käytetään vihreää kemiaa; kierrätettävät ja ympäristövaikutukseltaan pienet pakkaukset; sekä luonnon- ja luomukosmetiikan valmistukseen liittyvien tietojen ja taitojen kehittäminen. Tuotteita koskee lisäksi sitoumus niiden määrästä. Se tarkoittaa, että tietty osa yrityksen tuotteista on oltava sertifioituna Cosmebio-sertifikaatilla seuraavissa tapauksissa: jos tuotemerkin nimessä esiintyy sana luomu ("organic") ja vähintään yksi sarjan tuotteista aiotaan sertifioida Cosmebiolla, on kaikki saman tuotemerkin tuotteet sertifioitava myös. Jos tuotelinja taas sisältää vähintään yhden Cosmebio-sertifikaatin saaneen tuotteen, samasta tuotelinjasta on sertifioitava kolmen vuoden kuluessa vähintään 20 % siihen kuuluvista tuotteista. Selkeän informaation jakamiseksi kuluttajille Cosmebio vaatii myös kaikkien sertifiointin saaneiden tuotteiden ainesosaluettelot omille nettisivuilleen kuuden kuukauden kuluessa sertifiointista. (Cosmebio Charter 2011: 5-6.)

Luonnonsuojelun ja luomuviljelyn edistämisen säännöt määräävät, että luonnonraaka-aineita on käytettävä kestäväällä tavalla ja geenimuunneltujen organismien käyttö on kiellettyä. Eläinten hyvinvointia tulee edistää. Kansainvälisten, luonnonsuojelua edistävien sekä epäaitojen ja luomutuotteita vastaan taistelevien hankkeiden vaatimuksia tulee noudattaa. Lisäksi biosfääriin saastumista tulee vähentää minimoimalla pakkaaminen ja jäte sekä pyrkimällä vähentämään kasvihuonekaasujen muodostumista. Vuoden kuluessa liittymisestä Cosmebion jäsenyritysten on toimitettava täytetty kyselylomake koskien luonnon suojelua, joka liitetään osaksi kestävän kehityksen vuosiraporttia. Tuotteiden markkinoinnin on lisäksi oltava vastuullista ja yritysten on kunnioitettava Cosmebion graafista ohjeistoa. (Cosmebio Charter 2011: 7-8.)

Cosmebiolla on kaksi erilaista sertifiointimerkintää: Bio-merkki sekä Eco-merkki (kuva 3). Jotta tuote saisi Bio-merkin, sen täytyy sisältää vähintään 95 prosenttia luonnollisia tai luonnollisista aineista johdettuja ainesosia. Lisäksi 95 % kasviperäisistä ainesosista tulee olla luomuviljeltyjä. Koko tuotteen sisältämistä ainesosista 10 % tulee olla luomuviljeltyjä. Eco-merkin saadakseen tuotteen täytyy sisältää saman verran eli 95 % luonnollisia tai luonnosta johdettuja ainesosia. Tuotteen kasviperäisistä ainesosista 50 % tulee olla luomuviljeltyjä ja kaikista ainesosista taas 5 %. Vettä ei voida laskea luomuraaka-aineisiin kummassakaan merkissä. (Understanding Cosmebio Labels.)

Yrityksen, joka hakee Cosmebio-sertifikaattia, on ensin rekisteröidyttävä yhdistyksen jäseneksi (Cosmebio Charter). Jäseniksi voivat liittyä sertifioitujen luomuraaka-aineiden toimittajat, luomu- ja luonnonkosmetiikan alihankkijat, laboratoriot, jakelijat sekä vähittäiskaupat, jotka markkinoivat sertifioitua luomukosmetiikkaa omalla nimellään (Why Join Cosmebio?). Kun yritys on liittynyt Cosmebion jäseneksi, se voi hakea sertifiointin tuotteilleen Ecocertiltä tai

Qualité Francelta, jotka ovat Cosmebion hyväksymiä ja valtuutettuja sertifikaatin myöntäjiä. Sertifiointi voidaan suorittaa joko Ecocertin tai Cosmoksen kriteereiden mukaan. (Bouyon 2012.)



Kuva 3: Cosmebio-logot (Plantabio).

## 7.6 BDIH

BDIH-lyhenne tulee saksankielisestä nimestä ”Bundesverband der Industrie- und Handelsunternehmen” (für Arzneimittel, Reformwaren, Nahrungsergänzungsmittel und kosmetische Mittel e.V.) (BDIH). Kansainvälinen nimi on ”The German Association of Industrial Companies and Trading Firms for pharmaceuticals, healthcare products, food supplements and personal hygiene products” (teollisuus- ja kaupankäyntiyritysten yhdistys) (About Us - BDIH). Tähän mennessä BDIH-standardin (kuva 4) on saanut noin 5800 erilaista kosmetiikkatuotetta (BDIH-standard flyer 2010: 2). Tuotteiden lisäksi sertifiointi on mahdollista raaka-aineille (Raw Materials 2009). Sertifiointiin ohella BDIH neuvoo jäsenyrityksiään valmistukseen ja markkinointiin liittyvissä asioissa sekä tekee yhteistyötä viranomaisten, asiantuntijoiden ja muiden yhdistysten kanssa (About Us - BDIH). BDIH kuuluu myös Cosmos-standardin perustajajäseniin.

BDIH-yhdistys perustettiin jo vuonna 1951 Saksassa ja siihen kuuluu nykyään yli 500 jäsenyritystä. Yhdistyksen luoma standardi kehitettiin vuonna 2001 yhteistyössä tunnettujen luonnonkosmetiikkavalmistajien kanssa. (About us - BDIH.) Kansainvälisyyden lisäämiseksi BDIH on luonut myös IONC-yhtiön. Lyhenne tulee sanoista ”The International Organic and Natural Cosmetics Corporation” ja sen tarkoitus on järjestää maailmanlaajuisesti auditointeja kosmetiikkatuotteille, jotta ne kohtaisivat BDIH-standardin asettamat vaatimukset. IONC:lla on olemassa myös oma englanninkielinen symbolinsa kansainvälistä käyttöä varten, mutta standardin omistaa BDIH. (IONC 2009.)

BDIH haluaa tarjota kuluttajille aitoja luonnonkosmetiikkatuotteita, jotka ovat hyviä sekä ihmisille että luonnolle (About Us - BDIH). Standardin tavoitteena on määritellä luonnonkosme-

tiikka totuudenmukaisella ja ymmärrettävällä tavalla (BDIH-standard flyer 2010: 4). BDIH:n päämääriin kuuluu myös reilun kilpailun luominen luonnonkosmetiikan valmistajien sekä jakelijoiden välille (BDIH-standard).

Raaka-aineiden hankkimis-, tuotanto- ja käsittelytavoille asetetuissa vaatimuksissa huomioidaan erityisesti eläinten hyvinvointi sekä kasvilajien suojelu (BDIH-standard flyer 2010: 4). Luontoa pyritään häiritsemään mahdollisimman vähän (Guidelines). Yhteiskunnallista vastuullisuutta lisätään suosimalla reilua kauppaa ja hankkimalla raaka-aineita erilaisten ympäristöprojektien kautta (In General 2009).

Mahdollisimman suuren osan tuotteiden kasviraaka-aineista tulee olla luomuviljeltyjä (Guidelines). Tiettyjen kasvilajien kohdalla se on myös pakollista (Products 2009). Lisäksi tiettyjä ainesosia voidaan käyttää ainoastaan siinä tapauksessa, että ne ovat peräisin BDIH:n määrittelemistä, sertifioiduista lähteistä (Organic Status 2009). BDIH sallii myös muutamia mineraali- ja eläinperäisiä raaka-aineita (In General). Raaka-aine voi olla eläinperäinen, jos se on eläimen tuottamaa, mutta ei suoraan peräisin kuolleesta tai elävästä eläimestä (Guidelines). Raaka-aineita, joita ei ole ollut saatavilla ennen 1.1.1998, ei saa käyttää kuin siinä tapauksessa, etteivät ne ole eläimillä testattuja (BDIH-standard Criteria 2012). BDIH:n sääntöjen mukaan vettä ja mineraaleja ei lasketa mukaan luomuainesosiin (Organic Status 2009).

Säilöntäaineina voidaan käyttää muutamaa luonnollisen kaltaista ainetta, jos niiden käyttö on tarpeellista. Nämä säilöntäaineet on kuitenkin merkittävä tuotteeseen lauseella ”säilöntäaineena käytetty...” (”preserved with...”). (BDIH-standard Criteria 2012.) BDIH:n sallimia, luonnollisen kaltaisia säilöntäaineita ovat bentsoiini-, salisyyli- ja sorbiinihappo, niiden suolat sekä bentsyylialkoholi (Guidelines). Raaka-aineiden muuntelussa ovat sallittuja ainoastaan fysikaaliset sekä tietyt kemialliset menetelmät (Products 2009). Luonnonvaroja suojellaan varmistaamalla, että raaka-aineet ja valmiit tuotteet ovat luonnossa helposti hajoavia. Pakkausten tulee olla taloudellisia sekä ympäristöystävällisiä. (In General 2009.)

Yritykset sitoutuvat mainontaa koskeviin sääntöihin, jotka varmistavat luotettavan tiedon antamisen kuluttajille ja helpottavat kilpailua. Yksittäisellä tuotteella voi olla BDIH-sertifikaatti vain, jos vähintään 60 % saman tuotemerkin tuotteista ylittää sertifikaatin vaatimuksiin. Kaikkien tuotteiden ei kuitenkaan tarvitse olla samankaltaisia, vaan luonnonkosmetiikkavalmistajilla saa olla valikoimissaan hyvinkin vaihtelevia tuotelinjoja, jotka perustuvat erilaisiin konsepteihin. (In General 2009.)

Luomutuotantoa voidaan mainostaa ainoastaan silloin, jos raaka-aineet on selkeästi merkitty ainesosaluetteloon, esimerkiksi tähtimerkillä (\*). Sama koskee myös sanoja ”peräisin sertifioidusta luomuviljelystä” tai ”bio”, kielestä riippumatta. Sertifioitujen luomuraaka-aineiden

määrä voidaan mainita prosentteina koko tuotteen ainesosista. Lisäksi on luvallista määritellä luomulaatuisten (mutta ei sertifioitujen) ainesosien määrä koko tuotteen ainesosista. Merkin-  
töjen tulee olla selkeitä ja niiden tulee sijaita joko ainesosaluettelon yhteydessä tai luomu-  
raaka-aineista kertovan lauseen välittömässä läheisyydessä. Prosentit on ilmoitettava koko-  
naislukuina. Esimerkiksi seuraavaa lausetta saisi käyttää: ”Luomutuotettujen ainesosien mää-  
rä tuotteessa: 70 %”. Jos tuotetta mainostetaan kokonaan luomutuotteena, sen on sisällettä-  
vä vähintään 95 % luomuainesosia. (BDIH Rules for Claims... 2009.)

BDIH-standardin sertifiointin suorittaa neutraali, itsenäinen sertifiointielin (Guidelines). Serti-  
fikaatin saaneita tuotteita valvotaan säännöllisesti joka puolella maailmaa (In General 2009).



Kuva 4: BDIH-logo (BDIH certifikat).

## 7.7 The Soil Association

Soil Association on Iso-Britannian johtava hyväntekeväisyysjärjestö, joka kampanjoi terveelli-  
sen ja ympäristöystävällisen ruoan, maanviljelyn sekä maankäytön puolesta. Järjestö toimii  
kokonaan lahjoitusten voimin. Soil Association-järjestö omistaa tytäryhtiö Soil Association  
Certification Ltd.:n, joka vastaa sertifiointeista. (Who We Are 2011.) Seertifioi kosmetiikan  
lisäksi muun muassa luomutiloja, elintarvikkeiden valmistajia sekä tekstiilejä (Soil Association  
Organic... 2011: 14). Soil Association-sertifikaatti on tällä hetkellä käytössä yli 125 yrityksellä  
ja yli 2400 tuotteessa (Soil Association Organic Scheme 2011: 1).

Soil Association -järjestö perustettiin vuonna 1946. Perustajana oli maanviljelijöistä, tiede-  
miehistä sekä ravintofysiologeista koostunut ryhmä asiantuntijoita. He olivat huolestuneita  
muun muassa maaperän kunnosta, ruoan huonontuneesta laadusta ja laajamittaisen maata-  
louden vaikutuksista maaseutuun ja luontoon. Perustajaryhmä huomasi suoran yhteyden



maanviljelymenetelmien sekä ihmisten, eläinten, kasvien ja ympäristön hyvinvoinnin välillä. (Who We Are 2011.)

Soil Associationin tavoitteena on tutkia, kehittää ja edistää kestävästä kehitystä maaperän, kasvien, eläinten, ihmisten ja koko biosfäärin alueella, jotta saataisiin tuotettua terveellisiä elintarvikkeita ja tuotteita. Samalla tavoitteena on suojella ja parantaa ympäristöä. Toimintaan kuuluu sertifiointin lisäksi muun muassa kuluttajille, maanviljelijöille, elintarviketeollisuudelle ja päättäjille suunnattuja koulutuskampanjoita, lähiruoan markkinointia sekä luomuviljelijöiden edustamista konferensseissa ja messuilla. (Soil Association Organic... 2011: 9-10.)

Soil Association-standardi kosmetiikkatuotteille kehitettiin vuonna 2001 yhdessä kosmetiikkateollisuuden ammattilaisten ja kuluttajien kanssa. Soil Associationille on kertynyt erittäin laajasti kokemusta luomutuotannon alalta. (Why Choose Us? 2011.) Se sertifioi luomukosmetiikkaa sekä luomulaatuisista raaka-aineista valmistettua kosmetiikkaa (Wuttke 2011). Soil Association on mukana Cosmos-standardissa ja vuonna 2015 Soil Association tulee vaihtumaan siihen kokonaan (Soil Association Organic... 2011: 72). Sertifiointi on mahdollista saada yksittäisille tuotteille. Tuotteet jaotellaan yhden raaka-aineen tuotteisiin (esimerkiksi eteeriset öljyt) sekä useita aineosia sisältäviin tuotteisiin. (Steps to Certification.)

Tuotteiden sisältämien, maanviljelystä peräisin olevien raaka-aineiden tulee aina olla luomulaatuisia ja -sertifioituja, jos sellaisia on saatavilla. Soil Associationin luvalla on myös mahdollista käyttää muita kuin luomuraaka-aineita, jos niitä ei pystytä hankkimaan riittävästi tai tarpeeksi hyvälaatuisina. (Soil Association Organic... 2011: 76, 86.) Luomu-sertifikaatin saadakseen 95 % tuotteen raaka-aineista on oltava luomutuotettuja. ”Valmistettu luomuraaka-aineista” -sertifikaatin tuotteiden on sisällettävä vähintään 70 % luomuraaka-aineita. (Wuttke 2011.)

Raaka-aineet, jotka ovat peräisin joko erittäin uhanalaisista, uhanalaisista tai haavoittuvaisista lajeista, ovat kiellettyjä. (Soil Association Organic... 2011: 76.) Vettä ei voida laskea mukaan luomuraaka-aineisiin (Wuttke 2011). Jos ainesosa itsessään sisältää vettä, vesi lasketaan pois myös siitä (Soil Association Organic... 2011: 77).

Tuotetut nanopartikkelit ovat kiellettyjä, mutta sertifikaatti ei kiellä muuten valmistusprosesseissa syntyneitä nanopartikkeleja. Tietty mineraalit, kuten kaoliinisavi, hiekka, suola ja hohkakivi, ovat sallittuja, mutta niiden louhimiselle ja käsittelylle on asetettu rajoituksia. Louhiminen on suoritettava ympäristöystävällisesti. Tuotteet, joissa mineraaleja on yli 30 %, voidaan merkitä samalla tavoin kuin 70-95 % luomuainesosia sisältävät tuotteet, mutta siihen tarvitaan erikoislupa. Mineraaliainesosat on osoitettava välttämättömiksi kyseisessä tuotteessa ja luomuraaka-aineiden osuus on merkittävä prosentteina tuotteen nimessä. Sallitut sekä

erikoisluvalla sallitut säilöntä- ja anti-mikrobiset aineet on lueteltu omissa listoissaan. Erikoisluvalla sallittuja säilöntäaineita on arvioitu myrkyllisyyden, biohajoavuuden, lähdeaineen ja allergisoivan vaikutuksen perusteella. (Soil Association Organic... 2011: 36-90.) Rajoitettu määrä synteettisiä aineita on lisäksi sallittu (Wuttke 2011).

Luomuainesosia tulee muokata vain, jos ne tarvitsevat sitä toimiakseen tuotteessa. Ainoastaan Soil Associationin hyväksymiä tai erikoisluvalla sallittuja raaka-aineiden muokkausmenetelmiä saa käyttää. Muokkaamiseen on luvallista käyttää fysikaalisia, mekaanisia ja biologisia menetelmiä sekä saippuointia natrium- tai kaliumhydroksidilla. Lisäksi muutamat kemialliset muokkaustavat ovat sallittuja. Kemiallisesti muokatuille ainesosille on asetettu vaatimuksia koskien muun muassa niiden biohajoavuutta. Kun kasveista erotetaan ainesosia, on myös käytettävä Soil Associationin sallimia menetelmiä, jotka säilyttävät kasvin luontaiset, tehokkaat ominaisuudet. (Soil Association Organic... 2011: 76-82.)

Tuotteissa olevien pakkaustekstien on oltava selkeitä ja niiden on annettava kuluttajille tietoa tuotteesta (Soil Association Organic... 2011: 84). Luomuainesosien merkinnöissä yrityksen on oltava tarkka. ”100 % luomua” -merkintää ei saa käyttää, jos tuote ei ole kokonaisuudessaan luomuainesosista valmistettu. Tuotetta saa kutsua luomutuotteeksi vain, jos vähintään 95 % sen ainesosista on luomua. Jos tuote sisältää 70-95 % luomuainesosia, prosenttimäärä on merkittävä tuotenimen välittömään läheisyyteen. Luomuainesosat ja muut ainesosat on eroteltava toisistaan ainesosaluettelossa. Kemiallisesti muokatut ainesosat merkitään lauseella ”valmistettu luomuainesosaa käyttäen”. Vain yhtä ainesosaa sisältävissä tuotteissa on merkittävä alkuperämaa, mutta jos maita on useita, riittää merkintä ”tuontitavara” (”imported”). (Guide to Organic....)

Luonnon tuotteen pakkausmerkinnöistä on lähetettävä hyväksyttäväksi Soil Associationille ennen sertifikaatin myöntämistä. Kaikkien markkinointimateriaalien tulee siis olla sertifiointitarkastajan hyväksymiä. Kun kirjallinen hyväksyntä on myönnetty, yritys voi käyttää Soil Associationin logoa (kuva 5) tuotteissaan, markkinointimateriaaleissaan sekä nettisivuillaan. On kuitenkin tehtävä selväksi, viittaako merkintä vain tiettyyn tuotelinjaan vai yrityksen kaikkiin tuotteisiin. Tuotteissa ei saa olla mitään väitteitä, joita ei pystytä todistamaan. Soil Associationin tarkistaessa pakkausmerkintöjä se käy läpi myös lain asettamat vaatimukset. Yrityksen on viitattava ainesosaluettelon yhteydessä CosIng-sivustoon, josta kuluttaja voi halutessaan selvittää, mitä raaka-aineet ovat. (Guide to Organic....)

Soil Association panostaa sertifioinnin vaivattomuuteen ja tarjoaa ensimmäiseksi yksityistä konsultointia tuotteidensa sertifiointia harkitsevalle yritykselle. Yritykselle nimetään myös oma sertifiointivirkamies, joka auttaa hakemusprosessissa ja joka toimii jatkossakin yhteistyössä yrityksen kanssa. Sertifiointihakemuksen jälkeen Soil Associationin tarkastaja sopii

käynnistä yrityksessä. Tarkastaja käy läpi tuotantoprosessin ja -tavat sekä käytössä olevat laitteet. Kun tarkastus on tehty, yritykselle annetaan raportti ja siinä ilmenneet, mahdolliset puutteet korjataan. Raportti täydennetään ja lähetetään Soil Associationille. Lopuksi sertifioi- ja hyväksyy tuotteen kuvauksen ja pakkaustekstin. (Steps to Certification.) Sertifikaatti myönnetään vuodeksi kerrallaan. Sertifiointi pitää tehdä uudelleen aina vuoden välein, joten yrityksen tilat ja toiminta tarkastetaan normaalisti tällöin paikan päällä. Lisäksi Soil Association saattaa suorittaa muita tarkastuksia ilmoittamatta niistä etukäteen. Jos epäillään kontaminaatiota, Soil Association ottaa näytteet lisätutkimuksia varten. (Soil Association Organic... 2011: 86.)



Kuva 5: Soil Association-logo (Louis Bee).

## 7.8 ICEA

ICEA on italialainen voittoa tavoittelematon yhtymä, joka koostuu ympäristöystävällisyyden, reilun kaupan ja kestävän kehityksen aloilla toimivista yrityksistä ja yhdistyksistä (ICEA: 2). Sen englanninkielinen nimi on "The Ethical and Environmental Certification Institute" ("Environment-friendly Cosmetics"... 2009: 2). ICEA tarjoaa sertifiointia toimintoille, jotka liittyvät edellä mainituilla aloihin. Sen sertifioimia tuotteita ovat kosmetiikan lisäksi muun muassa luomutekstiilit ja -elintarvikkeet sekä reilun kaupan tuotteet. ICEA on yksi tunnetuimmista sertifioijista aloillaan ja sillä on Bolognassa sijaitsevan päätoimiston lisäksi 20 sivukonttoria Italiassa sekä 10 ulkomailla. (ICEA: 2-3.)

ICEAan kuuluu myös ulkopuolisia toimintoja. Sen jäseniä ovat ympäristö- ja kuluttajajärjestöt sekä tarkastus- ja sertifiointielimet. ICEA tarjoaa palveluitaan kansainvälisellä tasolla ja tekee yhteistyötä paikallisten sertifioijien kanssa kaikissa viidessä maanosassa. (ICEA: 2.) Maita, joissa ICEA toimii, ovat muun muassa Ecuador, Meksiko, Kreikka, Romania ja Syyria (Introduction). Tänä päivänä ICEA on sertifioinut 170 kosmetiikkayrityksen tuotteita Italiassa ja ulko-

mailla. Tuotteita on sertifioituna yhteensä 3000 (Cosmetics & Detergents). ICEAn kosmetiikkasertifioinnin tuottama liikevaihto on noin seitsemän miljoonaa euroa (Current Articles).

ICEA lanseerasi Bio Eco Cosmetics -nimisen kosmetiikkastandardinsa vuonna 2002, jonka kehitystyö oli alkanut vuonna 2000. Suunnittelutyössä käytiin avointa keskustelua ja siihen kutsuttiin mukaan kaikki osakkaat sekä yliopistoja ja yhdistyksiä, jotka toivat mukaan tieteellistä osaamista. Valmistajat saivat itse olla mukana luomassa standardia, joten se oli heille jo lanseeraushetkellä tutumpi. Vuonna 2003 mukaan liittyi isoja kosmetiikkayrityksiä, kuten Bottega Verde ja Erbolario. (Current Articles.)

ICEA liittyi Cosmos-sertifikaatin perustajiin vuonna 2002. Ajatus mukaan lähtemisestä tuli tekstiiliteollisuuden standardeista ja systeemeistä, joista ICEAlla oli aiempaa kokemusta. Monissa Euroopan maissa kansallisten kosmetiikkasertifikaattien toiminta oli jo tunnettua ja vakiintunutta. Yritys päätyi ajatukseen, että sertifiointia tulisi yhtenäistää vähintään Euroopan tasolla. ICEA jakaa samat arvot Cosmoksen kanssa, eikä joutunut Cosmoksen myötä tinkimään omista alkuperäisistä vaatimuksistaan. (Current Articles.)

ICEAn tavoitteena on lisätä tuotantoprosessien läpinäkyvyyttä ja luotettavuutta tarkastusten ja sertifioinnin kautta (ICEA: 2). Sen tarjoamat sertifiointipalvelut perustuvat itsenäisyyden, avoimuuden, objektiivisuuden, puolueettomuuden ja pätevyyden periaatteille. Niiden tarkoitus on lisätä tavarantoimittajien ja kuluttajien luottamusta sertifioituja tuotteita kohtaan. ("Environment-friendly Cosmetics"... 2009: 2). ICEAn tavoitteena on myös suojella, markkinoida ja lisätä sertifiointimerkkien arvoa (ICEA: 2). Kuluttajia halutaan auttaa tunnistamaan aidot luonnon- ja luomukosmetiikkatuotteet (Technical Reference Standard... 2012: 2).

ICEA tukee reilua ja sosiaalisesti kestävästä kehitystä, joka ulottuu maataloudesta muillekin ekologisille aloille. Sen tavoitteena on kehittää uusia toimintamalleja sosiaaliseen ja ympäristövästävyyteen liittyen. ICEAn erityisosaamista on luomuviljely, johon se tarjoaa ohjeistusta myös kansainvälisellä tasolla. (ICEA: 2.) ICEAn päämääränä on lisätä vain kasviperäisiä raaka-aineita sisältävien ja ihmisille turvallisten kosmetiikkatuotteiden käyttöä. Ympäristön saastumista pyritään vähentämään tuotantovaiheesta lähtien, joten kosmetiikan ja sen pakkausten tulee olla ympäristöä saastuttamattomia. Tuotantoprosesseissa hyödynnetään uusimpia ympäristöystävällisiä menetelmiä. (Technical Reference Standard... 2012: 2.)

ICEAn sertifioimissa tuotteissa kasviraaka-aineiden tulee olla peräisin sertifioidusta luomuviljelmästä tai luonnon keräilyalueilta. Poikkeukset ovat sallittuja ainoastaan silloin, kun raaka-ainetta ei ole saatavilla sertifioituna kansallisilta markkinoilta. Jokaisen sertifioidun tuotteen tulee kuitenkin sisältää vähintään yhtä luomuaainesosaa. Uhanalaisten kasvilajien käyttäminen on kiellettyä, paitsi jos lajike on jalostettu. Jokaisen raaka-aineen alkuperästä toimitetaan

selvitys ICEAlle. Kielletyt raaka-aineet ovat listattuna kriteereissä ja niiden arvioinnissa on otettu huomioon soveltuvuus iholle, toksisuus, ei-toivotut vaikutukset, ympäristövaikutukset sekä mahdollinen synteettinen alkuperä. (Technical Reference Standard... 2012: 2-4.)

Sertifiointivaiheessa yritys voi hakemuksen lähettämisen jälkeen pyytää ICEAlta tarkastuskäyntiä ennen varsinaista sertifiointia. Esitarkastuksen tarkoitus on määritellä sertifiointia hakevan yrityksen koko, rakenne ja toiminta sekä selvittää, miten hyvin yritys on valmistautunut kohtaamaan sertifiointiprosessin ja sen vaatimukset. Esitarkastuskäynti on yritykselle vapaaehtoinen ja se on mahdollista tehdä vain kerran. Tarkastukseen käytettävä aika ja kustannukset määräytyvät yrityksen koon ja tyyppin mukaan. ("Environment-friendly Cosmetics"... 2009: 7.)

Sertifikaattia hakevan yrityksen täytyy perustaa oma tuotantoprosessia seuraava laaduntarkkailujärjestelmä. Sen täytyy ottaa erityisesti huomioon seuraavien asioiden hallinta ja noudattaminen: tuotteiden jäljitettävyyden, sertifioitujen tuotteiden erottaminen sertifioimattomista, kuluttajien valitusten hoito sekä laadunvalvonta. Sertifiointi perustuu tämän järjestelmän hyväksymiseen ja auditointiin, standardin määrittämien testien suorittamiseen, jatkuvaan valvontaan läpi tuotantoprosessin sekä markkinoilla olevista tuotteista ja niiden käsittelypaikoista otettujen näytteiden analysointiin. ("Environment-friendly Cosmetics"... 2009: 3.)

ICEA suorittaa sertifioinnin arvioimalla dokumentit, suorittamalla tarkastuskäynnin hakijayritykseen sekä mahdollisiin muihin siihen liittyviin organisaatioihin ja tekemällä laadutestit. Dokumenteille tehdyissä arvioinneissa havaitut puutteet jaetaan merkityksiltään vakaviin ja vähempiarvoisiin. Vakavien puutteiden ilmetessä ICEA ei saata myöntää sertifikaattia yritykselle ollenkaan. ICEA voi myös antaa suosituksia, jotka täytyy ottaa huomioon. Kun dokumentit on tarkastettu, ICEA järjestää yrityksen kanssa dokumenttien varmennuksen ja lähettää sille arviointiraportin. ("Environment-friendly Cosmetics"... 2009: 7.)

30 päivän kuluessa arvioinnista suoritetaan ensimmäinen tarkastuskäynti yritykseen. Käynnin päätarkoituksena on esitellä ICEAn luottamuksellinen tarkastustiimi ja suunnitella aikataulu. Käynnillä käydään myös läpi kaikki sertifioitavat tuotteet sekä niiden pakkausväittämät ja esittelytekstit. Tuotantoprosessia johtava järjestelmä, eli laadunseuranta ja sen tehokkuus tarkastetaan. Lopuksi sovitaan tapaamisesta, jossa yritykselle kerrotaan tarkastuskäynnin tulokset. ("Environment-friendly Cosmetics"... 2009: 8.)

Prosessin loppuunsaattamiseksi yrityksen on annettava ICEAlle kolme näytettä jokaisesta sertifioitavasta tuotteesta. Näytteet voidaan antaa ensimmäisellä käyntikerralla ja ne testataan sertifikaattia hakevan yrityksen kustannuksella. Jos testeissä ilmenee jotakin sertifikaatin

vaatimuksista poikkeavaa, yrityksen on korjattava ne kuuden kuukauden kuluessa, jonka jälkeen ICEA suorittaa testit uudelleen. ("Environment-friendly Cosmetics"... 2009: 9.)

Yrityksen saatua sertifiointin sen tulee julkistaa asia ja liittää sertifikaatista kertova logo (kuva 6) tuotteisiinsa. Yrityksen pitää myös lähettää tiedot yrityksestään sekä sertifioituista tuotteistaan ICEAlle, joka päivittää ne kuukausittain tietokantaansa. Myös sertifioituihin tuotteisiin tulee yksilöllinen numerosarja, joka sisältää tietoa yrityksestä ja tuotteesta. ("Environment-friendly Cosmetics"... 2009: 11-12.)

Sertifikaatti myönnetään kolmeksi vuodeksi. Sen voimassaoloaikana ICEA suorittaa tarkastuskäyntejä yritykseen. Sertifikaatin voimassaoloajan päätyttyä yritys tarkastetaan uudelleen ja päätetään, jatketaanko sertifikaatin voimassaoloaikaa. Uusi arviointi perustuu kahden edeltävän vuoden tarkastuskäynneillä kerättyihin tietoihin. Ilmoittamattomien tarkastuskäyntien kulut hoitaa sertifioitava yritys, vaikka he eivät pystyisikään olemaan paikalla kyseisinä ajan-kohtina. ("Environment-friendly Cosmetics"... 2009: 11, 14.)

ICEA tekee sertifikaatin voimassaoloaikana lisäksi vähintään kerran vuodessa testejä tuotteille joko ilmoittamalla tai ilmoittamatta niistä etukäteen. Etukäteen ilmoitettujen testien ajankohdasta ICEA sopii yrityksen kanssa. Näytteitä voidaan ottaa tuotantolinjoilta, varastotiloista tai myynti- ja jakelukanavista näytteenottosuunnitelman mukaisesti ja lisäksi tarkastuksia tekevän henkilön huomaamien sääntörikkomusten ilmetessä. ICEA informoi yritystä kuitenkin testien kustannuksista ja kestosta etukäteen. Pakkausmerkinnät, markkinointimateriaalit, nettisivut jne. tarkastetaan myös vähintään kerran vuodessa. ("Environment-friendly Cosmetics"... 2009: 12-13.)

Kaikkien tuotteisiin liittyvien dokumenttien tulee olla ICEAn saatavilla jatkuvasti. Jos ICEA huomauttaa epäkohdista, jotka poikkeavat sertifikaatin säännöistä, yrityksen on lähetettävä selvitykset korjaustoimenpiteistä kymmenen päivän kuluessa. Korjaukset on myös tehtävä ICEAn kanssa sovittuun ajankohtaan mennessä. ICEAlla on myös oikeus perua sertifiointi milloin tahansa rekisteröidyllä kirjeellä, mutta yrityksen on maksettava jäsenmaksu kuluvalta vuodelta. ("Environment-friendly Cosmetics"... 2009: 5, 11.)

Sertifikaatin sääntöjen noudattamista valvoo kansallinen sertifiointikomissio, National Certification Commission, CNC. Se takaa oikeellisuuden ja puolueettomuuden kaikissa sertifiointitoiminnoissa ja eri osa-alueiden edustajien, kuten tuottajien, teknisten asiantuntijoiden ja kuluttajien osallistumisen sertifiointiin. ("Environment-friendly Cosmetics"... 2009: 4.)



Kuva 6: ICEA-logo (ICEA 2.).

## 7.9 Cosmos

Cosmos on kansainvälinen standardi luonnon- ja luomukosmetiikalle, jonka omistaa voittoa tavoittelematon Cosmos-standard AISBL -yhdistys. AISBL-lyhenne tulee sanoista ”an international non-profit association registered in Belgium”. (Cosmos-standard 2011: 2.) Cosmos-standardi on hanke, jonka tarkoitus on yhdistää luomukosmetiikkasertifioijat maailmanlaajuisesti (Organic Beauty 2011).

Cosmos-standardin ovat kehittäneet ranskalaiset Cosmebio ja Ecocert sekä saksalainen BDIH, italialainen ICEA ja englantilainen Soil Association (Cosmos-standard 2011: 2). Kehittäminen alkoi vuonna 2002, kun perustajajäsenet havaitsivat sekä kosmetiikkateollisuuden että -markkinoiden olevan kansainvälisiä ja hyötyvän parhaiten yhdestä standardista. Perustajat työskentelivät yhtenäistääkseen sertifiointejaan ja loivat säännöt uudelle standardille. (Cosmos-standard AISBL Press... 2011.) Cosmos perustettiin kesäkuussa 2010 (Tungate 2011: 231). Ensimmäiset sertifikaatin saaneet tuotteet tulivat kauppojen hyllyille keväällä 2011 (Organic Beauty 2011). Huhtikuusta 2011 lähtien myös muut sertifikaatit ovat voineet hakea Cosmoksen valtuuttamiksi sertifioijiksi (Cosmos-standard AISBL).

Cosmoksen tavoitteena on määritellä yleiset vaatimukset luonnon- ja luomukosmetiikalle. Tavoitteena on myös edistää kosmetiikka-alan kestävä kehitystä, jossa yhdistyvät taloudellinen kasvu, sosiaalinen vastuu sekä planeetan luonnollisen tasapainon säilyttäminen. Lisätäkseen kestävä kehitys ja vastuullista kuluttamista Cosmos-standardilla on jäsenilleen säännöt, jotka kattavat tuotantoketjun kaikki vaiheet. Säännöt koskevat muun muassa luomuviljelyn edistämistä ja luonnon monimuotoisuuden säilyttämistä, luonnonvarojen vastuullista käyttöä, turvallisia valmistustapoja sekä vihreän kemian kehittämistä. (Cosmos-standard 2011: 2.)

Cosmos sertifioi sekä luonnon- että luomukosmetiikkaa. Se jakaa ainesosat viiteen eri ryhmään ja asettaa niille säännöt erikseen. Ryhmät ovat vesi; mineraalit ja mineraaleista peräi-

sin olevat ainesosat; fysikaalisesti muokatut, maanviljelystä peräisin olevat ainesosat; kemiallisesti muokatut, maanviljelystä peräisin olevat ainesosat; sekä muut ainesosat. (Cosmos-standard 2011: 6.) Cosmos ei määrittele tiettyä prosenttimäärää luonnollisille ainesosille luonnon- tai luomukosmetiikassa. Luonnonkosmetiikan osalta luomuraaka-aineidenkaan osuutta ei ole määrätty, mutta tuotetta ei saa mainostaa luomukosmetiikkana (Wuttke 2011). Tuotteessa voidaan mainita ainoastaan, että se sisältää tietyn prosenttimäärän luomuraaka-aineita (Organic Beauty 2011). Tuotetta on kuitenkin lupa markkinoida luomuraaka-aineita sisältävänä, esimerkiksi lauseella ”hoitoaine, joka sisältää luomulaatuista jojobaöljyä”. Luonnonkosmetiikan sertifiointiin käytetään Cosmos Natural -merkkiä (kuva 7). (Cosmos-standard 2011: 13.)

Luomuraaka-aineiden määrä ilmoitetaan prosentteina lauseella ”x % luomuraaka-aineita kaikista ainesosista”. Toinen vaihtoehto on ilmoittaa tuotteen luomuraaka-aineiden määrä ilman vettä ja mineraaleja. Näistä lauseista on valittava jompikumpi. Luomuraaka-aineet on myös merkittävä ainesosaluetteloon. Fysikaalisesti muokatut raaka-aineet merkitään lauseella ”peräisin luomuviljelystä” ja kemiallisesti muokatut lauseella ”valmistettu luomuraaka-aineita käyttäen”. Luonnonkosmetiikassa mikään luomuraaka-aineisiin liittyvä lause ei saa kuitenkaan sijaita pakkauksen etupuolella. Jos tuotesarjan tai yrityksen nimi sisältää sanan ”luomu”, on huolehdittava, ettei se johda kuluttajia harhaan. Cosmos-standardiin viittaavassa markkinoinnissa on myös huolehdittava siitä, ettei kuluttaja sotke sertifioituja ja sertifioimattomia tuotteita toisiinsa. (Cosmos-standard 2011: 13.)

Luomukosmetiikkatuotteet sertifioidaan Cosmos Organic -merkillä. Luomukosmetiikkatuotteiden fysikaalisesti muokatuista luonnonraaka-aineista vähintään 95 % on oltava luomutuotettuja. 36 kuukauden siirtymäajan jälkeen myös loppuosan täytyy olla luomulaatuista, jos sellaisia on saatavilla riittävästi ja riittävän hyvälaatuisina. Lisäksi 60 kuukauden jälkeen vähintään 30 % kemiallisesti muokatuista luonnonraaka-aineista täytyy olla peräisin luomulaatuista raaka-aineista. Koko tuotteen ainesosista 20 % on oltava luomulaatuista. Muutamissa tuoteryhmissä, kuten poishuuhdeltavissa ja runsaasti mineraaleja sisältävissä tuotteissa, riittää, että ainesosista 10 % on luomulaatuista. (Cosmos-standard 2011: 10-13.) Luomuraaka-aineet tulee merkitä ainesosaluettelossa samalla tavalla kuin luonnonkosmetiikassakin ja loppujen raaka-aineiden on oltava turvallisia sekä ihmisille että ympäristölle (Organic Beauty 2011). Cosmos-standardi sallii joitakin synteettisiä raaka-aineita sekä luomu- että luonnonkosmetiikan tietyille tuotetyypeille. Mineraaleja ei lasketa mukaan luomuraaka-aineisiin. (Wuttke 2011.) Nanopartikkelit ovat kiellettyjä, mutta tarve niiden lisätutkimukselle on tiedostettu (Cosmos-standard 2011: 5).

Yritykset liittyvät ensin Cosmoksen jäseniksi saadakseen sertifikaatin (Cosmos-standard AISBL). Cosmos-standardin sertifiointiprosessin suorittaa Ecocert ja sekä sertifiointi että val-



vonta ovat siten samanlaisia (The Certification Process for Cosmos... 2011: 3). Cosmos voi valtuuttaa myös muita sertifioijia suorittamaan prosessin (Cosmos-standard AISBL).



Kuva 7: Cosmos-standardin luonnonkosmetiikkalogo (Natural Certification 2010).

#### 7.10 Joutsenmerkin vaatimukset verrattuna luonnonkosmetiikkasertifikaatteihin

Pohjoismaisen ympäristömerkin eli Joutsenmerkin tarkoituksena on erotella ympäristöystävälliset tuotteet muiden joukosta. Se ottaa huomioon tuotteen koko elinkaaren vaikutukset. Merkki kehitettiin vuonna 1989 ja se on Pohjoismaiden yhteisessä käytössä. Sen visiona on kestävä kehitys. (Mikä Joutsenmerkki on?; Ympäristömerkki.)

Joutsenmerkki auttaa kuluttajia valitsemaan ympäristöystävällisempiä tuotteita ja kannustaa valmistajia tarjoamaan niitä. Sen piiriin kuuluu 70 tuoteryhmää. Joutsenmerkki hyväksyy vain sellaisia tuoteryhmiä, joihin se voi tuoda huomattavaa ympäristöhyötyä. Tuoteryhmän tulee sisältää ympäristön kannalta sekä parempia että huonompia tuotevaihtoehtoja, joiden valitsemisessa Joutsenmerkki voi ohjata kuluttajia ympäristöystävällisempien tuotteiden hankintaan. Joutsenmerkin vaatimukset asetetaan siten, että ainoastaan ryhmänsä parhaat tuotteet voivat läpäistä ne. Tämä tarkoittaa vain 20-30 % kaikista tuotteista. Vaatimuksia uusitaan ajankohtaisiksi muutaman vuoden välein. Merkin käyttöoikeus on määräaikainen ja vaatimusten tiukentuessa sitä on haettava uudestaan. (Auranmaa 2011: 1.)

Yksi tuoteryhmistä on kosmetiikka. Kosmetiikka saa lain mukaan sisältää monia haitallisia tai haitallisiksi epäiltyjä kemikaaleja. Kosmetiikkalainsäädäntö ottaa huomioon terveysnäkökannat, mutta ei ympäristöä. Erityisesti ympäristölle vaaraa aiheuttavia ovat huonosti hajoavat, eliöihin kertyvät sekä vesieliöille myrkylliset aineet. Terveydelle vaarallisia taas ovat herkistymistä aiheuttavat, hormonitoimintaa häiritsevät sekä CMR-aineet. Joutsenmerkki kertoo, mitkä tuotteet sisältävät mahdollisimman pienen määrän näitä haitallisia kemikaaleja. Jotkut

kemikaalit se myös kieltää kokonaan, kuten kaikki kolme luokkaa CMR-aineista. Pakkauksille Joutsenmerkki asettaa vaatimuksia laatuun ja määrään liittyen. Joutsenmerkki laskee pakkausten paino/hyöty-suhteen. Se rajaa esimerkiksi lasin käytännössä pois käytettävistä pakkausmateriaaleista, sillä lasilla on suuri vaikutus ilmastonlämpenemiseen tiheydensä sekä painavuutensa vuoksi. (Auranmaa 2011: 2-4.)

Miten Joutsenmerkki sitten eroaa luonnonkosmetiikkasertifikaateista? Luonnonkosmetiikkasertifikaatit säätelevät myös koko tuotantoprosessia ja niiden tavoitteena on tarjota sekä ympäristölle että kuluttajille turvallisia tuotteita. Sertifikaatit myönnetään tietyksi ajaksi, ne kieltävät ihmiselle ja ympäristölle haitallisia aineita sekä ottavat pakkaukset huomioon, kuten Joutsenmerkkikin. Kuitenkaan yhdelläkään meikkituotteella ei vielä ole Joutsenmerkkiä, kertoo markkinointipäällikkö Sini Sittnikow. Joutsenmerkin asiantuntija Terhi Uusitalo toteaa meikkituotteista seuraavaa: ”Meikeissä on muun muassa ihmisten ja eliöiden hormonitoimintaa ja lisääntymistä haittaavia aineita. Niissä on myös huonosti hajoavia ja vesieliöille myrkyllisiä aineita. Värikosmetiikassa voi olla myös jäämiä raskasmetalleista.” (Meikeissä on... 2012.)

Joutsenmerkin vaatimusten pitäisi siis olla meikkituotteita kohtaan tiukempia kuin luonnonkosmetiikkasertifikaattien, sillä useille meikeille on kuitenkin tehty luonnonkosmetiikkasertifiointi. Luonnonkosmetiikkasertifikaattien tarkastelussa selvisi, että ne mahdollistavat usein poikkeuksen sääntöihinsä esimerkiksi paljon mineraaleja sisältävien meikkien kohdalla. Mineraalien louhiminen ei aina ole ympäristöystävällistä, ja ne voivat sisältää epätoivottuja jäämiä. Monet sertifikaatit, kuten Ecocert, Cosmos ja Soil Association, asettavat silti sallimilleen mineraaleille erityissääntöjä koskien niiden ympäristövaikutusta ja puhtautta.

Lisäksi sertifikaateilla on erityisvaatimuksia kemiallisesti muokattujen aineiden haitallisuudelle ja biohajoavuudelle. Soil Association on käyttänyt kriteeriensä pohjana juuri Pohjoismaisen ympäristömerkin vaatimuksia (Soil Association Organic... 2011: 82). Yhteenvetona voidaan kuitenkin sanoa, että sertifikaatit keskittyvät enemmän siihen, mistä raaka-aine on peräisin, kun taas Joutsenmerkille raaka-aineen alkuperällä ei ole merkitystä. Se keskittyy vain niiden ominaisuuksiin. (Auranmaa 2011: 4.)

## 7.11 Sertifikaattien eroja ja yhtäläisyyksiä

Sertifikaattien asettamat vaatimukset vaikuttavat nopealla ensisilmäyksellä hyvin samantyyppisiltä, mutta tarkemmin tutkittaessa niistä löytyy eroja. Tärkein yhteinen asia kaikille sertifikaateille on, että tuotteilta vaaditaan vähintään luonnonkosmetiikan perusvaatimukset. Niitä käsiteltiin luonnon- ja luomukosmetiikan määrittely-osiossa. Sertifioijista Ecocertillä, Cosmebiolla, ICEAlla ja Cosmoksella on käytössään kaksi sertifiointimerkkiä: sekä luonnon- että

luomukosmetiikalle omansa. Natruella niitä on kolme. Tuotteissa ne erotetaan toisistaan hie-  
man erinäköisillä logoilla. Luonnonkosmetiikkalogoissa esiintyy yleensä sana ”natural” ja luo-  
mukosmetiikkalogoissa taas ”organic”.

Tuotteissa on käytettävä suurimmaksi osaksi luonnollisia ainesosia kaikkien sertifikaattien  
mukaan. Vähimmäisvaatimus on yleensä 95 %. Poikkeuksena on kuitenkin Natrue, jolla luon-  
nollisten aineiden vähimmäismäärä on riippuvainen tuotetyypistä. Periaatteessa tuote voisi  
siis saada Natruen luonnonkosmetiikka-sertifikaatin, vaikka se sisältäisi vain vähimmäismää-  
rän, 0,1 % luonnollisia aineita, ja loput olisivat luonnollisista aineista muokattuja sekä luon-  
nollisen kaltaisia ainesosia. Tämä tuotetyyppi (vedet, jossa luonnollisten aineiden vaatimus on  
0,1 %) sisältää suurimmaksi osaksi pelkkää vettä. Natrue on määritellyt, että luonnollisen kal-  
taiset aineet voivat olla vain säilöntäaineita tai mineraaleja. Lisäksi niiden käyttö on luvallista  
vain, jos vastaavaa ainetta ei ole luonnosta saatavana riittävässä laadussa tai määrässä, joten  
käytännössä Natruen sertifioimissa tuotteissa tuskin on näin pientä määrää luonnollisia ai-  
nesosia.

BDIH ei ole asettanut tiettyä prosenttivaatimusta luonnollisten tai luomuraaka-aineiden mää-  
rystä, mutta sen kriteereissä on lueteltu kaikki sallitut raaka-aineet (lukuun ottamatta jokais-  
ta kasviraaka-ainetta erikseen). Kaikki niistä ovat luonnollisia ainesosia sekä mineraaleja, joi-  
den lisäksi BDIH sallii muutaman synteettisen raaka-aineen. Tiettyä luonnollisten aineiden  
prosenttimäärää eivät ole myöskään asettaneet Soil Association tai ICEA, mutta kumpikin ser-  
tifikioija määrittelee tavoitteissaan, että pyrkimyksenä on käyttää pelkästään luonnollisia raa-  
ka-aineita. Cosmos-standardillakaan ei ole sääntöä luonnollisten raaka-aineiden vähimmäis-  
määrästä, vaan se jakaa raaka-aineet eri ryhmiin, joille on omat vaatimuksensa. Tarkan luon-  
nollisten aineiden määrän puuttuminen tekee kriteereistä sekavampia.

Sertifikaattien suositukseen kuuluu myös luomulaatuisten raaka-aineiden käyttö. Varsinaisesti  
sitä vaativat luonnonkosmetiikassa Ecocert (50 %), Cosmebio (50 %), BDIH (tietyt raaka-aineet)  
ja Soil Association (70 %). BDIH on tiukin vaatimuksissaan tiettyjä raaka-aineita kohtaan, sillä  
niiden on pakko olla luomulaatuista tai jopa määritetyistä lähteistä peräisin olevia. Sen takia  
monet BDIH:n sertifioimista tuotteista ovat lähempänä luomu- kuin luonnonkosmetiikkaa,  
vaikka BDIH onkin luonnonkosmetiikkasertifikaatti. Soil Association keskittyy luomutuotteiden  
sertifiointiin, joten se vaatii vähintään 95 % luomuraaka-aineita. Soil Association sertifioi kui-  
tenkin myös luomuainesosista valmistettua luonnonkosmetiikkaa, johon riittää 70 % luomu-  
ainesosia. ICEA vaatii, että kaikki kasvi- ja kasveista peräisin olevat raaka-aineet ovat luomu-  
viljeltyjä, mutta se sallii poikkeukset, jos käytettyä raaka-ainetta ei ole saatavilla kansallisil-  
ta markkinoilta luomulaatuisena. Pakollista on vain yhden luomuraaka-aineen käyttö tuotetta  
kohden. Cosmos ja Natrue eivät vaadi luonnonkosmetiikalta lainkaan pakollisia luomu-  
ainesosia.

Luonnollisten aineiden määrävaatimuksissa sertifikaatit tekevät poikkeuksen runsaasti mineraaleja sisältävien tuotteiden, kuten meikkien, kohdalla. Näille tuotteille voidaan antaa sertifiointimerkintä, vaikka ne sisältävät suuren määrän mineraaleja, jotka eivät ole varsinaisia luonnollisia aineita. Mikään tutkimistani sertifikaateista ei laske vettä eikä mineraaleja luomuraaka-aineisiin. Soil Associationin vaatimusten mukaan myös raaka-aineiden sisältämä vesi on laskettava pois luomuraaka-aineiden määrästä.

Kaikki sertifikaatit sallivat pienen määrän luonnollisen kaltaisia eli synteettisiä ainesosia. Ne on lueteltu omalla listallaan ja niille on määrätty tietty funktio tuotteessa. Yleisimmin ne ovat säilöntäaineita, joita on pakko käyttää tuotteissa turvallisuuden takia. Nämä säilöntäaineet on yleensä ilmoitettava pakkauksessa erillisellä lauseella. Ecocert sallii luonnollisen kaltaisten aineiden käytön myös kelatoivina ja denaturoivina ainesosina. Cosmos sallii näiden lisäksi synteettisille aineille muutaman muun funktion tuotteissa. Osa sertifikaateista (Soil Association, Ecocert) antaa myös erityisluvalla käyttää lisää luonnollisen kaltaisia ainesosia, jotka on lueteltu eri listassa.

Ilman erikoislupaa sallittuja luonnollisen kaltaisia aineita on Ecocertin listalla 9 kpl ja Cosmoksen listalla 12 kpl. Cosmebion tuotteet sertifioidaan jommankumman sertifikaatin mukaan, joten määrä on sama. BDIH sallii vain viisi synteettistä ainetta. Synteettisten ainesosien sallimisessa on eniten vaihtelevuutta Natruella. Sen luonnonkosmetiikkatuotteissa luonnollisen kaltaisia ainesosia voi periaatteessa olla tuotetypistä riippuen 0-94,9 %. Natrue ei esimerkiksi salli yhtään synteettistä ainesosaa vedettömiin ihon hoito- tai puhdistustuotteisiin, mutta deodoranteissa niitä voi olla 55 %. Kuten jo aiemmin totesin, Natruen sallimille synteettisille ainesosille on kuitenkin asetettu erityisehtoja. Vaatimukset luonnollisten ja luomuraaka-aineiden määrästä sekä tyypistä vaihtelevat siis jonkin verran eri sertifikaateilla. Tämä riippuu tietysti myös siitä, onko sertifikaatti tarkoitettu luonnonkosmetiikalle vai luomukosmetiikalle.

Raaka-aineiden muokkaamista kaikki sertifikaatit suosittelevat välttämään. Jos muokkaamista kuitenkin tehdään, on suositettava mieluiten fysikaalisia menetelmiä, kuten uuttamista, höyrytislausta, kuivaamista, suodattamista, puristamista jne. Kaikki sertifioijat sallivat myös joitakin kemiallisia menetelmiä. Ecocertillä sallittuja kemiallisia muokkausmenetelmiä on 18, Cosmoksella 17 ja Natruella 15. BDIH taas luettelee kriteereissään kuusi erilaista sallittua menetelmää. Kemiallinen muokkaaminen ei saa olla ympäristöä saastuttavaa ja osa sertifikaateista (Ecocert, Soil Association, ICEA) vaativat lisäksi todistusta kemiallisesti muokattujen ainesosien biohajoavuudesta.

Sertifioijista osa on erikoistunut luomuviljelyyn ja toimii luomuraaka-aineiden asiantuntijoina sekä puolestapuhujina. Luomutuotteisiin erikoistuneita ovat erityisesti Soil Association, joka

edustaa paljon muitakin luomutuotteita kuin kosmetiikkaa, sekä Ecocert, joka on tullut hyvin tunnetuksi sertifioijaksi luomuviljelyn alalla ja haluaa lisätä kosmetiikkatuotteiden ja luomuviljelyn yhteyttä toisiinsa. Myös BDIH painottaa paljon luomuraaka-aineiden käyttöä, erityisesti tiukkojen kriteeriensä puolesta.

Kaikki sertifikaatit kieltävät eläinkokeet, mutta vaatimus on tavallaan turha, sillä eläinkokeet on kielletty jo laissakin valmiiden tuotteiden osalta vuonna 2004 ja ainesosien osalta 2009. Sertifikaateista vain BDIH asettaa säännöissään tietyn aikarajan, jota ennen markkinoilla olleita raaka-aineita ei saa käyttää, jos ne on testattu eläimillä. On hieman yllättävää, etteivät muut sertifikaatit aseta raaka-aineille rajoituksia samaan tapaan. Natrueelta vastattiin eläinkokeita koskevaan valvontaan seuraavasti: ”Natrue on erittäin voimakkaasti eläinkokeita vastaan, mutta on mahdotonta tietää, onko raaka-aine testattu eläimillä jossain päin maailmaa jossain vaiheessa, sillä kaikki tutkimuslaitokset eivät julkaise tutkimustuloksiaan. Tämän takia asiaa ei voida kontrolloida, eikä eläimillä testausta koskevia sääntöjä ole lisätty kriteereihin.” (Beelen 2012.) Osa sertifikaateista määrittelee kriteereissään, että raaka-aineita saa testata eläinkokeilla ”vain, kun sitä vaaditaan laissa”. Tämä kuitenkin hämmentää kuluttajia, ja siksi esimerkiksi Natrue ei ole ottanut lausetta sääntöihinsä. (Natrue Organization - statement.)

Muilla tavoin eettisyyteen panostavia sertifikaatteja ovat erityisesti Cosmebio sekä Soil Association. Cosmebion periaatteet ja säännöt liittyvät vahvasti eettisiin arvoihin ja jäseniksi liittyneet yritykset sitoutuvat esimerkiksi yhdessä tehtäviin raportteihin, joissa seurataan reilun kaupan toteutumista ja kestävästä kehityksestä. Soil Association on hyväntekeväisyysjärjestö ja kampanjoi muun muassa terveellisen ruoan ja luomuviljelyn puolesta.

Sertifikaatin myöntävät yksittäisille tuotteille ilman lisävaatimuksia Ecocert, Cosmos sekä Soil Association. Muilla sertifioijilla yksittäisen tuotteen sertifiointi ei onnistu ilman tiettyjen sääntöjen noudattamista. BDIH:n vaatimus on, että vähintään 60 % saman tuotemerkin tuotteista ylittää sertifikaatin vaatimuksiin. Natrue taas määrittelee, että vähintään 75 % merkin tuotteista on oltava sertifioitua luonnon- tai luomukosmetiikkaa, jos yhdessäkin tuotteessa käytetään Natruen logoa. Cosmebiolla tuotemerkin nimessä esiintyvä sana ”organic” sekä samaan aikaan vähintään yksi sertifioitu tuote velvoittaa sertifioidaan kaikki muutkin saman tuotemerkin tuotteet Cosmebio-sertifikaatilla. Lisäksi vähintään yksi Cosmebiolla sertifioitu tuote velvoittaa sertifioidaan kolmen vuoden kuluessa vähintään 20 % saman linjan tuotteista. Kaikille sertifioijille on yhteistä se, että pakkausmerkinnöissä ja markkinoinnissa on huolehdittava sertifioitujen ja sertifiomattomien tuotteiden toisiinsa sotkeutumattomuudesta. Sertifikaatin logo sijoitetaan pakkauksen etupuolelle. Näillä vaatimuksilla on tarkoitus helpottaa luonnonkosmetiikan tunnistamista.

Kaikille sertifikaateille on myös tärkeää koko kosmetiikkatuotannon läpinäkyvyys ja markkinoinnin todenperäisyys. Viherpesu ja kuluttajien johtaminen harhaan mainosväittämällä on kiellettyä. Kaikkien sertifikaattien päämäärissä mainitaan luonnonkosmetiikan selkeämpi määrittelemine kuluttajille sekä heidän odotustensa täyttäminen ja kunnioittaminen. Soil Association panostaa tiedottamiseen järjestämällä muun muassa koulutuskampanjoita. Sen vaatimuksiin kuuluu myös CosIng -sivustoon viittaaminen tuotteiden ainesosaluettelon yhteydessä. Natrue tarjoaa neuvontaa kuluttajille ja sen internet-sivuilla on kerrottu sertifiointivaatimuksista helppotajuisesti. Natruella ja Cosmebiolla on internet-sivuillaan myös lueteltu na kaikki sertifioidut tuotteet. BDIH on luetellut sertifioidut tuotesarjat, mutta ei jokaista yksittäistä tuotetta.

Osa sertifikaattien myöntäjistä on järjestöjä, jotka eivät itse varsinaisesti sertifioi tuotteita. Esimerkiksi Cosmebio-sertifikaatin saaneiden tuotteiden sertifiointin suorittaa Ecocert tai Qualité France, joko Ecocertin tai Cosmoksen kriteerien mukaisesti. Tuotteisiin tulee kuitenkin Cosmebion logo. Ecocert tekee myös Cosmoksen sertifiointin. Cosmoksen valtuuttamiksi sertifiioijiksi voivat hakeutua muutkin sertifiointitahot. Itse sertifiointinsa tekevillä yrityksilläkin on erikseen taho, joka hoitaa varsinaisen sertifiointin. Ecocertillä se on Ecocert Greenlife, Soil Associationilla taas Soil Association Certification Ltd. Natrue poikkeaa tässäkin muista sertifiioijista, sillä se antaa yrityksen itse valita sertifiioijan Natruen valtuuttamien sertifiioijien laajalta listalta. Tämä lisää tervettä kilpailua sertifiioijien kesken (Letertre 2010: 20). Yritys voi valita sertifiioijan esimerkiksi oman sijaintiinsa sopivuuden perusteella. Sertifiointia hakeva yritys maksaa yleensä jäsenmaksun kuulumisestaan järjestöön tai yhdistykseen, jonka kanssa se jakaa samat arvot ja johon kuulumisesta sille on hyötyä. Yhdistyksistä Natrue ei vaadi yritykseltä pakollista jäsenyyttä.

Useimmiten sertifikaatti myönnetään vuodeksi, kuten tekevät Soil Association, Ecocert, Cosmebio sekä Cosmos. Natruen sertifikaatti myönnetään kahdeksi vuodeksi. Pisimmän voimassaoloajan, kolme vuotta, antaa ICEA, mutta sen sertifiointi- ja seurantaprosessi onkin melko pitkä ja tarkka. ICEAn sertifiointi vaatii myös omatoimisuutta, sillä ICEA velvoittaa yrityksen perustamaan laaduntarkkailujärjestelmän, jota se arvioi säännöllisesti. Ecocertin sertifiointijärjestelmä on hyvin kehittynyt ja monivaiheinen, sillä se on toiminut sertifiointijärjestelmänä pisimpään. Natruen erikoisuus on sen vuosittain satunnaisille tuotteille teettämä, pistokoemainen uudelleensertifiointi. Natrue on ainoa sertifiointitaho, joka toimii tällä tavalla. Yleisesti ottaen sertifiointiprosessi on kuitenkin samantyyppinen kaikilla. Sertifiointissa ja auditoinnissa yritysten on valmistauduttava koko tuotannon tarkastukseen, ei pelkästään tuotteiden.

Muutamit sertifikaateista, kuten Ecocert, Cosmos ja Natrue, tiedottavat sertifiointin kustannuksista nettisivuillaan. Ecocertin ja Cosmoksen hinnastossa on määritelty jokaisen toimenpiteen, kuten dokumenttien ja raaka-aineiden tarkistuksen, hinta erikseen. Hinnat liikkuvat

välillä 5-1500 € (Fee schedule 2011). Jos yritys haluaa kuulua yhdistykseen, joka ei ole varsinainen sertifioija, sen on maksettava lisäksi tietty jäsenmaksu. Hintaa tuotetta kohden tulee Natruella 160-300 €, mutta se ei vielä kata sertifiointia (Costs 2010).

Sertifikaattien vertailussa selvisi, että BDIH:n kriteerit sertifioitaville tuotteille ovat tiukimmat, vaikka se ei ole luomusertifioija. Se ei salli juurikaan poikkeuksia sääntöihinsä. Eroavaisuudet tulevat esille lähinnä sääntöihin sallituissa poikkeuksissa, joissa toiset sertifikaattien myöntäjät ovat tiukempia kuin toiset. Natrue erottuu eniten muista sertifioijista, sillä se erottelee tuotetyypit, antaa yrityksen valita sertifioijan omavalintaisesti ja suorittaa auditoinnin hieman eri tavalla. Natrue on monessa asiassa joustava, joten esimerkiksi sen luonnonkosmetiikkasertifikaatin saaminen tuotteille ei pitäisi olla erityisen haastavaa.

## 8 Pohdinta

Sertifikaatteja koskevaa tietoutta ei ole koottu yhteen aiemmin. Varsinaisesti luonnonkosmetiikkasertifikaatteja koskevaa kirjallisuutta ei ole juurikaan olemassa. Aiheesta on kirjoitettu ainoastaan lyhyehköjä artikkeleja. Myös muutamia internet-sivustoja on, mutta niissä esiintyy virheitä. Tavoitteena oli tehdä sertifikaateista kooste ja vertailla niiden eroja käyttäen saatavilla olevia lähteitä. Sertifikaateista löytyi monia eroavaisuuksia, vaikka vaatimukset vaikuttivat ensin samankaltaisilta.

Sertifikaattien kriteerit ovat julkisia ja sitä kautta on mahdollista perehtyä sertifiointia tarjoaviin tahoihin tarkemmin. Lähes kaikki sertifioijat tarjoavat tietoa ja neuvontaa internet-sivujensa mukaan. Osa sertifiointitahoista ei kuitenkaan vastannut ollenkaan niitä koskeviin kysymyksiin. Tässä sertifioijilla olisi parantamisen varaa, varsinkin kun ne tuovat itse esille neuvontapalveluitaan. Sertifikaateista Soil Association toimii hyväntekeväisyysvaroilla, joten sen vastaus puuttuvista resursseista on ymmärrettävämpi. Parempi tiedottaminen sertifikaattien kriteereistä lisäisi luonnonkosmetiikan ja sertifikaattien tunnettuutta sekä parantaisi läpinäkyvyyttä, mikä kuuluu monien sertifikaattitahojen tavoitteisiinkin.

Sertifikaattien sääntöihin tutustuminen vaatii paljon paneutumista. Joidenkin sertifikaattien kriteerit ovat helppotajuisia, mutta toisilla sertifiointitahoilla tieto on hajanaista ja vaatimukset epäselviä. On yllättävää, etteivät esimerkiksi kauan kehitetyn Cosmos-standardin kriteerit ole selkeämpiä. Toisaalta siihen on yhdistyneenä monen sertifioijan vaatimukset, joten sääntöjä ei ole varmasti ollut helppo sovittaa yhteen. Ecocert, joka on Euroopan ensimmäinen luonnonkosmetiikan sertifioija ja merkittävä toimija alalla, on panostanut selkeisiin kriteereihin ja pitää internet-sivunsa ajan tasalla. Osa sertifioijista ei taas vaikuta päivittävän internet-sivujansa juurikaan.

Kriteerien tutkimisesta teki lisäksi haasteellista se, että sertifioijat sallivat sääntöihinsä niin paljon poikkeuksia. Kaikki sertifioijat eivät esimerkiksi määrittele luonnollisten aineiden minimimäärää ollenkaan, mikä vaikeuttaa kriteereiden vertailua. Pyrkimyksenä on kaikkien raaka-aineiden luonnollisuus tai luomulaatuisuus, mutta poikkeuksia sallitaan, jos raaka-ainetta ei ole esimerkiksi saatavana riittävän hyvässä laadussa. Tarkempaa tietoa sertifiointiprosessista ja auditoinnista oli lisäksi joidenkin sertifioijien kohdalla vaikea löytää. Sertifioitujen tuotteiden täysin ajan tasalla olevaa määrää ei myöskään löytynyt kovin helposti, paitsi niiltä sertifioijilta, jotka lisäävät jokaisen uuden tuotteen nettisivuilleen. Jokainen sertifiointitaho on kuitenkin sertifioinut tuhansia yksittäisiä tuotteita.

Jos yhä useammat sertifikaatit yhdistyvät jatkossa, se helpottaa vaatimuksien hahmottamista ja luonnonkosmetiikan tunnistamista. Tulevaisuudessa myös laki tulee luultavasti säättämään luonnon- ja luomukosmetiikan määrittelystä. Työssä yhtenä lähteenä käytetty, vuonna 2012 teetetty ja otannaltaan melko laaja Urtekramin tutkimus paljasti, että sertifikaatit tunnetaan vielä huonosti suomalaisten keskuudessa.

Olisikin mielenkiintoista jatkaa tutkimusta siitä, kuinka hyvin luonnonkosmetiikkasertifikaattien eroja tunnetaan, tai kiinnittävätkö kuluttajat niihin edes paljon huomiota. Uskon, että sertifikaatit ovat tulleet tutummiksi luonnonkosmetiikan vakiokäyttäjille luonnonkosmetiikan yleistyessä niin paljon kosmetiikkamarkkinoilla, mutta enemmän perinteistä kosmetiikkaa ostava kuluttaja ei tiedä, mitä sertifikaatit tuotteelta vaativat.

Lisäksi kosmetiikka-alalla on liikkeellä paljon virheellistä tietoa. Käsitteitä, jotka liittyvät esimerkiksi kosmetiikan sisältämiin yhdisteisiin, käytetään väärin. Kuten jo aiemmin on todettu, luonnonkosmetiikan ja perinteisen kosmetiikan erot ovat epäselviä. Yksi syy voi olla siinä, etteivät kaikki naistenlehtien kauneustoimittajat ole kosmetiikka-alan asiantuntijoita ja artikkeleita saattaa jäädä tarkastamatta, jolloin kuluttajat saavat väärää informaatiota. Sertifikaattien ja luonnonkosmetiikan tuntemusta voisi siis tutkia lisää ja tutkimuksen kohderyhmän voisi vaikkapa rajata eri tavalla kuin jo tehdyssä tutkimuksessa. Olisi myös mielenkiintoista tutkia perinteisen kosmetiikan ja luonnonkosmetiikan myyntilukuja toisiinsa verrattuna, sekä uusien luonnonkosmetiikkamerkkien lisääntymistä markkinoilla.



## Lähteet

- Arts, M. 2010. Certifying Wild-collected Cosmetic Ingredients. Teoksessa Fischer, R. (toim.) Global Ingredients & Formulations Guide 2010 - The Green Book of Cosmetics. Augsburg: Verlag für chemische Industrie, H. Ziolkowsky GmbH.
- Barrett-Hill, F. 2009. Cosmetic Chemistry for the Skin Treatment Therapists. Whangaparaoa: Virtual Beauty Corporation Ltd.
- Bénézet, A. 2011. In-focus: Formulas for Sustainable Beauty. Expression Cosmetique 5-6, 58-62.
- Boudier, Closs, Creel, Lenaers & Sabbadini 2008. Development of "Certified" Organic Active Ingredients, more than a Concept.... Teoksessa Fischer, R. (toim.) Global Ingredients & Formulations Guide 2010 - The Green Book of Cosmetics. Augsburg: Verlag für chemische Industrie, H. Ziolkowsky GmbH.
- Brewster, B. 2008. Presidential Awards for Green Chemistry in Personal Care and Cosmetics. Cosmetics & Toiletries Magazine 3, 24.
- Chapman, R. 2003. Getting Back to Nature. Teoksessa Naturals and Organics in Cosmetics: From R&D to the Marketplace. Carol Stream, IL: Allured.
- Corley, J. W. 2004. All that is Good - Naturals and Their Place in Personal Care. Teoksessa Naturals and Organics in Cosmetics: From R&D to the Marketplace. Carol Stream, IL: Allured.
- D'Amelio, F. S. 1999. Botanicals - A Phytocosmetic Desk Reference. Boca Raton: CRC Press LLC.
- Dweck, A. C. 2011. Formulating Natural Cosmetics: An Encyclopedia of Ingredients. Carol Stream, IL: Allured.
- Fairley, J. & Stacey, S. 2008. The Green Beauty Bible. Lontoo: Kyle Cathie Limited.
- Fischer, R. 2010. Preface 11<sup>th</sup> Edition. Global Ingredients & Formulations Guide 2010 - The Green Book of Cosmetics. Augsburg: Verlag für chemische Industrie, H. Ziolkowsky GmbH.
- Gabriel, J. 2010. Green Beauty Recipes. Royal Tunbridge Wells: Petite Marie Ltd.
- James, T. 2011. Reaping the Reward of Green Conviction. Engineering & Technology 9, 69-71.
- Jeffries, N. Marketer's New Edge is All Natural. 2005. Teoksessa Naturals and Organics in Cosmetics: From R&D to the Marketplace. Carol Stream, IL: Allured.
- Jha, B., Meyer, J. & Polak, G. 2010. Integrating Natural, Sustainable and Performance Characteristics in Personal Care Products. Teoksessa Fischer, R. (toim.) Global Ingredients & Formulations Guide 2010 - The Green Book of Cosmetics. Augsburg: Verlag für chemische Industrie, H. Ziolkowsky GmbH.
- Jones, G. 2010. Beauty Imagined - A History of the Global Beauty Industry. New York: Oxford University Press Inc.
- L 1223/2009 = Euroopan parlamentin ja neuvoston (EY) asetus kosmetiikkavalmisteista.
- Lemoine, R. 2011. From Marketing Intent to Utmost. Expression Cosmetique 9-10, 90-95.
- Letertre, V. 2010. The Natrue Label - An Overview. Teoksessa Fischer, R. (toim.) Global Ingredients & Formulations Guide 2010 - The Green Book of Cosmetics. Augsburg: Verlag für chemische Industrie, H. Ziolkowsky GmbH.

Matthews, I. 2005. *Naturals Hit Mainstream*. Teoksessa *Naturals and Organics in Cosmetics: From R&D to the Marketplace*. Carol Stream, IL: Allured.

Nystén, A. 2008. *Kemikaalikimara*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Teos.

Schneider, S. B. 2008. *Legal Perspective on Cosmetic and Drug Skin Delivery Systems*. Teoksessa Wiechers, J. W. (toim.) *Science and Applications of Skin Delivery Systems*. Carol Stream, IL: Allured.

Siekierski, M. 2008. *European Principles of Natural and Organic Cosmetics Certification*. SÖFW-Journal Wydanie Polskie 1, 7-11.

Steinberg, D. C. 2012. *Preservatives for Cosmetics*. Kolmas painos. Carol Stream, IL: Allured.

Suomalaiset eivät tunnista eurooppalaisia luomumerkintöjä. 2012. *Kallio-lehti* 9, 10.

Tungate, M. 2011. *Branded Beauty - How Marketing Changed The Way We Look*. Lontoo: Kogan Page Limited.

Wuttke, M. 2011. *Why Certifications Matter? Organic Spa NY* 7.

Yamamoto, S. 2008. *The Roots of Natural Cosmetics and its Modern Interpretation*. SÖFW-Journal 8, 8-12.

#### Internet-lähteet

3 Levels of Certification. 2010. Natrue. Viitattu 10.8.2012.  
<<http://www.natrue.org/our-label/3-levels-of-certification/>>.

About Natrue. 2010. Natrue. Viitattu 2.9.2012.  
<<http://www.natrue.org/about-natrue/>>.

About Us - BDIH. 2009. BDIH. Viitattu 31.8.2012.  
<<http://www.ionc.info/index.php?id=9&L=1>>.

About Us. Cosmebio. Viitattu 21.7.2012.  
<<http://www.cosmebio.org/en/qui-sommes-nous.php>>.

Auranmaa, K. 2011. *Miksi Joutsenmerkittyä kosmetiikkaa?* PDF-dokumentti. Viitattu 28.10.2012.  
<<http://www.ymparistomerkki.fi/ajankohtaista/media/taustamateriaalia/kosmetiikka/>>.

BDIH. BDIH. Viitattu 3.8.2012.  
<<http://www.bdi.de/>>.

BDIH certifikat. Skoljka. Viitattu 10.11.2012.  
<<http://skoljka.si/clanki/zdravje-telesa/bdi-certifikat>>.

BDIH Rules for Claims on Organic Quality. 2009. BDIH. PDF-dokumentti. Viitattu 28.8.2012.  
<<http://www.ionc.info/index.php?id=12&L=1>>.

BDIH-standard. 2009. BDIH. Viitattu 28.8.2012.  
<<http://www.ionc.info/index.php?id=7&L=1>>.

BDIH-standard Criteria. 2012. BDIH. PDF-dokumentti. Viitattu 29.8.2012.  
<<http://www.ionc.info/index.php?id=12&L=1>>.

BDIH-standard flyer 2010. BDIH. PDF-dokumentti. Viitattu 30.8.2012.  
<<http://www.ionc.info/index.php?id=12&L=1>>.

Bird, K. 2009. Cosmos Organic Standard Launched After Lengthy Consultation. Cosmetics Design-Europe. Viitattu 4.9.2012.  
<<http://www.cosmeticsdesign-europe.com/Market-Trends/Cosmos-organic-standard-launched-after-lengthy-consultation>>.

Certification. Ecocert. Viitattu 8.7.2012.  
<<http://www.ecocert.com/en/certification>>.

Certified Ingredients. Cosmebio. Viitattu 13.8.2012.  
<<http://www.cosmebio.org/en/ingredients.php>>.

Conditions and How It Works. 2010. Natrue. Viitattu 11.8.2012.  
<<http://www.natrue.org/certification/conditions-and-how-it-works/>>.

Cosmebio Charter. Cosmebio. Viitattu 21.7.2012.  
<<http://www.cosmebio.org/en/charte-cosmebio.php>>.

Cosmebio Charter. 2011. Cosmebio. PDF-dokumentti. Viitattu 14.8.2012.  
<<http://www.cosmebio.org/en/charte-cosmebio.php>>.

Cosmetics & Detergents. ICEA. Viitattu 3.10.2012.  
<<http://www.icea.info/en/perche-bio/cosmesi-e-detergenza>>.

Cosmos-standard. 2011. Cosmos-standard AISBL. PDF-dokumentti. Viitattu 15.8.2012.  
<<http://www.cosmos-standard.org/>>.

Cosmos-standard AISBL. Cosmos-standard AISBL. Viitattu 15.8.2012.  
<<http://www.cosmos-standard.org/>>.

Cosmos-standard AISBL Press Release. 2011. Cosmos-standard AISBL. PDF-dokumentti. Viitattu 15.8.2012.  
<<http://www.cosmos-standard.org/>>.

Costs. 2010. Natrue. Viitattu 15.10.2012.  
<<http://www.natrue.org/certification/costs/>>.

Current Articles. Natural Cosmetics' Benefits Certified Bio Eco Cosmesi (ICEA). ICEA. Viitattu 2.9.2012.  
<<http://old.icea.info/News/tabid/57/articleType/ArticleView/articleId/273/Default.aspx>>.

De Boer, E. Understanding and Implementing the Requirements of the ISO 22716 Safety Certification Standard for Cosmetic Products. PDF-dokumentti. Viitattu 20.10.2012.  
<<http://www.sgs.com/-/media/Global/Documents/White%20Papers/sgs-cosmetics-whitepaper-en-11.ashx>>.

Download area. 2010. Natrue. Viitattu 9.11.2012.  
<<http://www.natrue.org/meta/downloads/>>.

Ecocert Standard. Ecocert. PDF-dokumentti. Viitattu 3.8.2012.  
<<http://www.ecocert.com/en/natural-and-organic-cosmetics>>.

Ecoproducts. Ecocert. Viitattu 6.7.2012.  
<<http://www.ecocert.com/en/ecoproducts-analysis>>.

“Environment-friendly Cosmetics” Certification Regulation. 2009. ICEA. PDF-dokumentti. Viitattu 11.8.2012.  
<<http://old.icea.info/Aree/CertificazioniNoFood/Cosmetici/tabid/131/Default.aspx?PageContentID=54>>.

Evolve Beauty. Evolve Beauty. Viitattu 10.11.2012.  
<<http://www.evolvebeauty.co.uk/images/Media/originals/ECOCERTORGCOSMEANGLOGO.jpg>>.

Fee schedule. 2011. Ecocert. Viitattu 28.10.2012.  
<<http://comos.ecocert.com/sites/default/files/u3/2012-Fee-Schedule-Ecocert-Cosmos.pdf>>.

Guide to Organic Beauty Product Labelling. Soil Association. Viitattu 31.8.2012.  
<<http://www.sacert.org/healthbeauty/labellingguide>>.

ICEA. ICEA. PDF-dokumentti. Viitattu 3.8.2012.  
<<http://old.icea.info/Lanostrastoria/Chiamo/tabid/61/Default.aspx>>.

ICEA 2. ICEA. Viitattu 10.11.2012.  
<<http://old.icea.info/Portals/0/Immagini/bollino%20ICEA%20bioCosmesi%20ITA.jpg>>.

In General. 2009. BDIH. Viitattu 29.8.2012.  
<<http://www.ionc.info/index.php?id=6&L=1>>.

Introduction. ICEA. Viitattu 1.9.2012.  
<<http://old.icea.info/Lanostrastoria/Chiamo/tabid/61/Default.aspx>>.

IONC. 2009. BDIH. Viitattu 28.8.2012.  
<<http://www.ionc.info/index.php?id=10&L=1>>.

Louis Bee. Louis Bee. Viitattu 10.11.2012.  
<<http://www.louisbee.com/ekmps/shops/loubee/resources/Design/soil-association.png>>.

Meikeissä on ihmiselle vaarallisia kemikaaleja. 2012. Helsingin Sanomat 5.9.2012. Viitattu 28.10.2012.  
<<http://www.hs.fi/kotimaa/Meikeiss%C3%A4+on+ihmisille+vaarallisia+kemikaaleja/a1305597300263>>.

Mikä Joutsenmerkki on?. Ympäristömerkintä. Viitattu 28.10.2012.  
<[http://www.ymparistomerkki.fi/ymparistomerkki/mika\\_joutsenmerkki\\_on](http://www.ymparistomerkki.fi/ymparistomerkki/mika_joutsenmerkki_on)>.

Natrue Label: Requirements to be met by Natural and Organic Cosmetics - Version 2.5 - 12.6.2012. Natrue. PDF-dokumentti. Viitattu 5.8.2012.  
<<http://www.natrue.org/meta/downloads/>>.

Natrue Organization - statement. Natrue. PDF-dokumentti. Viitattu 7.10.2012.  
<<http://www.natrue.org/about-natrue/>>.

Natural Certification. 2010. Natural Cosmetics News. Viitattu 10.11.2012.  
<<http://www.naturalcosmeticnews.com/organic-label/cosmos-standard-for-natural-organic-cosmetic-certification-is-launched/>>.

Natural and Organic Cosmetics. Ecocert. Viitattu 25.10.2012.  
<<http://www.ecocert.com/en/natural-and-organic-cosmetics>>.

News. Cosmebio. Viitattu 25.10.2012.  
<<http://www.cosmebio.org/en/actualite-consommateurs.php>>.

Organic Beauty. 2011. Soil Association. Viitattu 5.9.2012.  
<<http://www.soilassociation.org/whatisorganic/organicbeauty>>.

Organic Status. 2009. BDIH. Viitattu 28.8.2012.  
<<http://www.ionc.info/index.php?id=15&L=1>>.

Organisation. Ecocert. Viitattu 4.7.2012.  
<<http://www.ecocert.com/en/organisation>>.

Our Approach. Ecocert. Viitattu 4.7.2012.  
<<http://www.ecocert.com/en/our-approach>>.

Our Commitments. Ecocert. Viitattu 4.7.2012.  
<<http://www.ecocert.com/en/our-commitments>>.

Our History. ICEA. Viitattu 1.9.2012.  
<<http://www.icea.info/Lanostrastoria/Chisiamo/tabid/61/Default.aspx>>.

Plantabio. Plantabio. Viitattu 10.11.2012.  
<[http://www.plantabio.fr/almabio/logo\\_cosmebio.jpg](http://www.plantabio.fr/almabio/logo_cosmebio.jpg)>.

Private Inspection. Ecocert. Viitattu 16.7.2012.  
<<http://www.ecocert.com/en/private-inspection>>.

Product Categories. 2010. Natrue. Viitattu 10.8.2012.  
<<http://www.natrue.org/our-label/product-categories/>>.

Products. 2009. BDIH. Viitattu 28.8.2012.  
<<http://www.ionc.info/index.php?id=6&L=1>>.

Pro Luonnonkosmetiikka Ry. 2012. Viitattu 6.6.2012.  
<<http://www.luonnonkosmetiikka.fi/luonnonkosmetiikka/suomalainen-luonnonkosmetiikkaoh/>>.

Raw Materials. 2009. BDIH. Viitattu 28.8.2012.  
<<http://www.ionc.info/index.php?id=14&L=1>>.

REACH ja CLP neuvontapalvelu. 2009. Viitattu 3.5.2012.  
<<http://www.reachneuvonta.fi/REACH/reach.nsf/sp?open&cid=Content4898B&leftnavinf=FI\Sisältö\REACH\Content4898B&leftnavinfa=o&size=>>>.

Soil Association Organic Scheme. 2011. International Trade Centre. PDF-dokumentti. Viitattu 10.10.2012.  
<<http://www.standardsmap.org/standard-overview/>>.

Soil Association Organic Standards Health and Beauty Products. 2011. Soil Association. PDF-dokumentti. Viitattu 22.7.2012.  
<<http://www.soilassociation.org/organicstandards>>.

Special Chem. Special Chem. Viitattu 10.11.2012.  
<<http://documents.specialchem.com/documentscos/indexables/editorial/editorial/3575/ecocert.jpg>>.

Steps to Certification. Soil Association. Viitattu 29.8.2012.  
<<http://www.sacert.org/healthbeauty/stepstocertification>>.

Technical Reference Standard for the Certification of "Environmental-friendly" Cosmetics. 2012. ICEA. PDF-dokumentti. Viitattu 2.9.2012.  
<<http://old.icea.info/Aree/CertificazioniNoFood/Cosmetici/tabid/131/Default.aspx?PageContentID=54>>.

The Certification Process for Cosmos-standard. 2011. Cosmos. PDF-dokumentti. Viitattu 15.8.2012.  
<<http://www.ecocert.com/en/organic-cosmetics-and-wellness>>.

The Certification Process for Ecocert Greenlife. 2011. Ecocert. PDF-dokumentti. Viitattu 15.8.2012.  
<<http://www.ecocert.com/en/organic-cosmetics-and-wellness>>.

Understanding Cosmebio Labels. Cosmebio. Viitattu 15.8.2012.  
<<http://www.cosmebio.org/en/nos-label.php>>

Who We Are. 2011. Soil Association. Viitattu 22.7.2012.  
<<http://www.soilassociation.org/aboutus/whoweare>>.

Why Choose Us?. 2011. Soil Association. Viitattu 2.8.2012.  
<<http://www.sacert.org/healthbeauty/whychooseus>>.

Why Join Cosmebio. Cosmebio. Viitattu 21.7.2012.  
<<http://www.cosmebio.org/en/pourquoi-devenir-adherent-de-cosmebio.php>>.

Ympäristömerkki. Ympäristömerkintä. Viitattu 28.10.2012.  
<<http://www.ymparistomerkki.fi/ymparistomerkki>>.

#### Muut lähteet

Beelen, J. 2012. Questions about Natrue. Vastaanottaja Ylönen T. Lähetetty 21.9.2012 (viitattu 2.10.2012). Yksityinen sähköpostiviesti.

Bouyon, V. 2012. Questions about Cosmebio. Vastaanottaja Ylönen T. Lähetetty 21.9.2012 (viitattu 2.10.2012). Yksityinen sähköpostiviesti.

Torenius, L. 2012. Nordic Health Systems Oy. Nordic Health Systems Oy:n myyntipäällikön yritysesittely 23.2.2012. Ppt-esitys. Hyvinkää.

## Kuvat

Kuva 1: Ecocert-logot .....	32
Kuva 2: Natrue-logo. ....	35
Kuva 3: Cosmebio-logot.....	38
Kuva 4: BDIH-logo. ....	40
Kuva 5: Soil Association-logo.....	43
Kuva 6: ICEA-logo. ....	47
Kuva 7: Cosmos-standardin luonnonkosmetiikkalogo. ....	49

## Liitteet

## Liite 1: Ecocert

<b>Sertifikaatti</b>	Ecocert
<b>Omistaja</b>	Ecocert Group
<b>Perustamisvuosi</b>	1991
<b>Voittoa tavoitteleva vai aatteellinen</b>	Voittoa tavoitteleva
<b>Maa</b>	Ranska
<b>Kosmetiikkatuotteita sertifioituna</b>	18 000
<b>Sertifiointi yksittäisille kosmetiikkatuotteille</b>	Kyllä
<b>Luonnon- vai luomukosmetiikkasertifikaatti</b>	Kaksi merkkiä: luonnonkosmetiikka sekä luonnon- ja luomukosmetiikka
<b>Luonnollisia raaka-aineita oltava</b>	95 %
<b>Luomuraaka-aineita oltava</b>	Luonnonkosmetiikka: 50 %, luonnon- ja luomukosmetiikka: 95 %
<b>Sertifioituja luomuraaka-aineita oltava</b>	Luonnonkosmetiikka: 5 %, luonnon- ja luomukosmetiikka: 10 %
<b>Suhtautuminen synteettisiin raaka-aineisiin</b>	Sallitaan 5 % (vain tietyt raaka-aineet, jotka on lueteltu sallittujen synteettisten raaka-aineiden listalla)
<b>Suhtautuminen eläimistä peräisin oleviin raaka-aineisiin</b>	Eläinten luonnollisesti tuottamat raaka-aineet sallitaan. Eivät voi olla osia eläimestä, eikä raaka-aineiden hankkiminen saa aiheuttaa eläimelle stressiä, kipua tai kuolemaa. Raaka-aineiden ottamisella ei saa olla negatiivisia vaikutuksia luonnon tasapainoon eivätkä ne saa olla peräisin uhanalaisista lajeista
<b>Suhtautuminen eläimillä testattujen raaka-aineiden käyttöön</b>	Ecocert kieltää valmiiden tuotteiden testaamisen eläinkokeilla (kuten lakikin), mutta sen kriteerit eivät ulotu raaka-aineisiin
<b>Kielletyt muokkaustavat raaka-aineille</b>	Valkaisu, deodorisointi, säteilytys, sulfonointi sekä elohopeayhdisteiden, etyleenioksidin tai formaldehydin käyttö
<b>Auditointi</b>	Merkin omistajayritykselle, jakelijoille ja sopimusvalmistajille kerran vuodessa. Tuottajille ensimmäisenä vuonna kaksi kertaa ja siitä eteenpäin kerran tai kaksi vuodessa, riippuen riskianalysistä. Auditoinnit suoritetaan sertifiointia hakevan yrityksen omalla kustannuksella. Jokainen toimenpide on hinnoiteltu erikseen
<b>Auditointi raaka-ainetoimittajille</b>	Auditoinnit voivat kohdistua myös raaka-aineiden toimittajiin, sillä koko tuotantoketju on tarkastusten alla. Raaka-aineiden on oltava täysin jäljitettävissä ja kaikki dokumentit niihin liittyen (esim. lähetyslistat, tekniset tiedot) tulee säilyttää. Raaka-ainetoimittajat voivat myös sertifioida yksittäisiä raaka-aineita



## Liite 2: Natrue

<b>Sertifikaatti</b>	Natrue
<b>Omistaja</b>	Natrue - The International Natural and Organic Cosmetics Association Aisbl
<b>Perustamisvuosi</b>	2007
<b>Voittoa tavoitteleva vai aatteellinen</b>	Aatteellinen
<b>Maa</b>	Belgia (kehitetty Saksassa)
<b>Kosmetiikkatuotteita sertifioituna</b>	2 685
<b>Sertifiointi yksittäisille kosmetiikkatuotteille</b>	Kyllä, mutta lisäksi 75 % kaikista tuotemerkin tuotteista on oltava sertifioituna luonnon- tai luomukosmetiikkasertifikaatilla
<b>Luonnon- vai luomukosmetiikkasertifikaatti</b>	Kolme merkkiä: luonnonkosmetiikka, luonnonkosmetiikka luomuainesosilla sekä luomukosmetiikka
<b>Luonnollisia raaka-aineita oltava</b>	Määrät vaihtelevat tuotetyypistä riippuen. Luonnonkosmetiikka: 0,1-90 %, luonnonkosmetiikka luomuainesosilla: 15-90 %, luomukosmetiikka: 20-90 %
<b>Luomuraaka-aineita oltava</b>	Luonnonkosmetiikka: ei vaatimuksia, luonnonkosmetiikka luomuainesosilla: 70 % luonnollisista ja luonnollisista johdetuista aineista, luomukosmetiikka: 95 % luonnollisista ja luonnollisista johdetuista aineista
<b>Sertifioituja luomuraaka-aineita oltava</b>	Tuotteissa käytettävien luomuraaka-aineiden on oltava sertifioituja
<b>Suhtautuminen synteettisiin raaka-aineisiin</b>	Sallitaan tietty määrä tietyissä tuotetyypeissä. Luonnonkosmetiikka: 0-94,9 %, luonnonkosmetiikka luomuainesosilla 0-80 %, luomukosmetiikka: 0-75 %. Synteettiset raaka-aineet voivat olla ainoastaan tiettyjä Natruen määrittelemiä säilöntäaineita sekä mineraaleja. Synteettisten ainesosien käyttö on myös luvallista, jos raaka-ainetta ei ole saatavana luonnosta riittävässä laadussa tai määrässä
<b>Suhtautuminen eläimistä peräisin oleviin raaka-aineisiin</b>	Sallitaan, mutta eivät voi olla osia tai peräisin kuolleista eläimistä
<b>Suhtautuminen eläimillä testattujen raaka-aineiden käyttöön</b>	Natrue kieltää valmiiden tuotteiden testaamisen eläinkokeilla (kuten lakikin), mutta sen kriteerit eivät ulotu raaka-aineisiin
<b>Kielletyt muokkaustavat raaka-aineille</b>	Säteilytys, kloorivalkaisu
<b>Auditointi</b>	Varsinaisen sertifioinnin ja täten auditoinnin hoitavat itsenäiset, Natruen valtuuttamat sertifioijat. Sertifiointi ja tarkastus yrityksessä tehdään uudelleen aina kahden vuoden välein, jos tuotteisiin ei tule muutoksia. Natrue suorittaa lisäksi joka vuosi satunnaisille tuotteille sertifioinnin uudelleen
<b>Auditointi raaka-ainetoimittajille</b>	Jokaisen raaka-aineen alkuperästä toimitetaan dokumentti Natruelle aina sertifioinnin yhteydessä. Raaka-ainetoimittajat voivat myös sertifioida yksittäisiä raaka-aineita

## Liite 2: Cosmebio

<b>Sertifikaatti</b>	Cosmebio
<b>Omistaja</b>	Cosmebio - French Professional Association for Ecological and Organic Cosmetics
<b>Perustamisvuosi</b>	2002
<b>Voittoa tavoitteleva vai aatteellinen</b>	Aatteellinen
<b>Maa</b>	Ranska
<b>Kosmetiikkatuotteita sertifioituna</b>	9 000
<b>Sertifiointi yksittäisille kosmetiikkatuotteille</b>	Kyllä, mutta logon käyttäminen on sallittua vain, jos 60 % samasta sarjasta tai kaikista yrityksen tuotteista on sertifioitu Cosmebio-sertifikaatilla
<b>Luonnon- vai luomukosmetiikkasertifikaatti</b>	Kaksi merkkiä: Eco-merkki luonnonkosmetiikalle ja Bio-merkki luomukosmetiikalle
<b>Luonnollisia raaka-aineita oltava</b>	95 %
<b>Luomuraaka-aineita oltava</b>	Luonnonkosmetiikka: 5 %, luomukosmetiikka: 10 %
<b>Sertifioituja luomuraaka-aineita oltava</b>	Luonnonkosmetiikka: 50 % kasviraaka-aineista, luomukosmetiikka: 95 % kasviraaka-aineista
<b>Suhtautuminen synteettisiin raaka-aineisiin</b>	Sallitaan 5 % (vain tietyt raaka-aineet)
<b>Suhtautuminen eläimistä peräisin oleviin raaka-aineisiin</b>	Sallitaan, mutta eivät voi olla osia tai peräisin kuolleista eläimistä
<b>Suhtautuminen eläimillä testattujen raaka-aineiden käyttöön</b>	Kriteereissä ei määritellä eläimillä testamista
<b>Kielletyt muokkaustavat raaka-aineille</b>	Valkaisu, deodorisointi, säteilytys, sulfonointi sekä elohopeayhdisteiden, etyleenioksidin tai formaldehydin käyttö (Ecocert). Muokausprosesseissa on käytettävä vihreää kemiaa
<b>Auditointi</b>	Kuten Ecocertillä, sillä Cosmebion hyväksymät tuotteet sertifioidaan Ecocertillä tai Cosmoksella
<b>Auditointi raaka-ainetoimittajille</b>	Kuten Ecocertillä, sillä Cosmebion hyväksymät tuotteet sertifioidaan Ecocertillä tai Cosmoksella

## Liite 3: BDIH

<b>Sertifikaatti</b>	<b>BDIH</b>
<b>Omistaja</b>	Bundesverband der Industrie- und Handelsunternehmen für Arzneimittel, Reformwaren, Nahrungsergänzungsmittel und kosmetische Mittel e.V. - The German Association of Industrial Companies and Trading Firms for pharmaceuticals, healthcare products, food supplements and personal hygiene products
<b>Perustamisvuosi</b>	2001
<b>Voittoa tavoitteleva vai aatteellinen</b>	Voittoa tavoitteleva
<b>Maa</b>	Saksa
<b>Kosmetiikkatuotteita sertifioituna</b>	7 000
<b>Sertifiointi yksittäisille kosmetiikkatuotteille</b>	Kyllä, mutta logon käyttäminen on sallittua vain, jos vähintään 60 % merkin tuotteista kohtaa sertifikaatin vaatimukset
<b>Luonnon- vai luomukosmetiikkasertifikaatti</b>	Luonnonkosmetiikkasertifikaatti
<b>Luonnollisia raaka-aineita oltava</b>	Tiettyä prosenttimäärää ei määritellä kriteereissä, mutta käytännössä kaikkien raaka-aineiden on oltava luonnollisia (muutama luonnollisen kaltainen raaka-aine on sallittu säilöntäaineissa)
<b>Luomuraaka-aineita oltava</b>	Tiettyjen raaka-aineiden on oltava luomulaatuisia ja -sertifioituja (15 kpl). Luomuraaka-aineita tulee suosia aina kun mahdollista
<b>Sertifioituja luomuraaka-aineita oltava</b>	Tiettyjen raaka-aineiden on oltava luomusertifioituja (15 kpl)
<b>Suhtautuminen synteettisiin raaka-aineisiin</b>	Synteettiset raaka-aineet voivat olla tiettyjä säilöntäaineita (5 kpl). Tuotteeseen on merkittävä, mitä näistä säilöntäaineista on käytetty
<b>Suhtautuminen eläimistä peräisin oleviin raaka-aineisiin</b>	Eläinten luonnollisesti tuottamat raaka-aineet ovat sallittuja, mutta ne eivät saa olla peräisin kuolleista eläimistä
<b>Suhtautuminen eläimillä testattujen raaka-aineiden käyttöön</b>	Raaka-aineita, joita ei ollut saatavilla ennen 1.1.1998, ei saa käyttää kuin siinä tapauksessa, etteivät ne ole eläimillä testattuja
<b>Kielletyt muokkaustavat raaka-aineille</b>	Säteilytys
<b>Auditointi</b>	Auditointi on säännöllistä ja maailmanlaajuista. Sen suorittaa itsenäinen elin
<b>Auditointi raaka-ainetoimittajille</b>	Sertifioitujen raaka-aineiden osalta riittää todistus raaka-aineen saamasta, BDIH:n tunnistamasta sertifikaatista ja osoitus siitä, että raaka-aine on käyttöajankohtana täysin identtinen. Tuntemattoman sertifioijan todistusta voidaan myös käyttää toissijaisena todisteena. BDIH:n auditoinnit koskevat myös raaka-aineita, joiden tulee olla jäljitettävissä

## Liite 4: Soil Association

<b>Sertifikaatti</b>	The Soil Association
<b>Omistaja</b>	The Soil Association
<b>Perustamisvuosi</b>	2001
<b>Voittoa tavoitteleva vai aatteellinen</b>	Aatteellinen
<b>Maa</b>	Iso-Britannia
<b>Kosmetiikkatuotteita sertifioituna</b>	2 400
<b>Sertifiointi yksittäisille kosmetiikkatuotteille</b>	Kyllä
<b>Luonnon- vai luomukosmetiikkasertifikaatti</b>	Luomukosmetiikkasertifikaatti (lisäksi ”luomuraaka-aineista valmistettu kosmetiikka”-merkki)
<b>Luonnollisia raaka-aineita oltava</b>	Tiettyä prosenttimäärää ei määritellä kriteereissä, mutta käytännössä kaikkien raaka-aineiden (paitsi säilöntäaineiden ja mineraalien) tulee olla luonnollisia ja lisäksi luomulaatuisia
<b>Luomuraaka-aineita oltava</b>	Luomukosmetiikka: 95 %, ”valmistettu luomuraaka-aineista”-merkki: 70 %. Luomuraaka-aineita on käytettävä aina kun mahdollista. Muiden kuin luomuraaka-aineiden käyttö on sallittua vain, jos raaka-ainetta ei ole saatavilla riittävästi tai riittävän hyvässä laadussa. Mineraaleja runsaasti sisältävät tuotteet saavat poiketa tästä vaatimuksesta
<b>Sertifioituja luomuraaka-aineita oltava</b>	Kaikkien luomuraaka-aineiden tulee olla sertifioituja. Ainoastaan pinta-aktiivisten raaka-aineiden valmistajat eivät tarvitse sertifiointia
<b>Suhtautuminen synteettisiin raaka-aineisiin</b>	Tiettyä prosenttimäärää ei ole määritelty kriteereissä, mutta ainoastaan tietyt synteettiset aineet sallitaan, jotka voivat olla säilöntäaineita tai mineraaleja. Joissakin tapauksissa sallitaan myös emulgaattori
<b>Suhtautuminen eläimistä peräisin oleviin raaka-aineisiin</b>	Eläinten luonnollisesti tuottamat raaka-aineet ovat sallittuja, mutta ne eivät saa olla peräisin kuolleista eläimistä
<b>Suhtautuminen eläimillä testattujen raaka-aineiden käyttöön</b>	Raaka-aineet eivät saa olla testattuja eläimillä, paitsi lain vaatiessa
<b>Kielletyt muokkaustavat raaka-aineille</b>	Aromin lisääminen, ionisoiva säteilytys, elektronisäteilytys, sulfonointi, etoksylointi, propoksylointi
<b>Auditointi</b>	Tehdään vuosittain. Lisäksi saatetaan tehdä ennalta ilmoittamattomia tarkastuksia. Vuosittainen jäsenmaksu kattaa auditoinnit
<b>Auditointi raaka-ainetoimittajille</b>	Tuotteet koostuvat pääosin luomuraaka-aineista, ja jokaiselta vaaditaan sertifiointi

## Liite 5: ICEA

<b>Sertifikaatti</b>	ICEA
<b>Omistaja</b>	Istituto per la Certificazione Etica e Ambientale (The Ethical and Environmental Certification Institute)
<b>Perustamisvuosi</b>	2002
<b>Voittoa tavoitteleva vai aatteellinen</b>	Aatteellinen
<b>Maa</b>	Italia
<b>Kosmetiikkatuotteita sertifioituna</b>	3 000
<b>Sertifiointi yksittäisille kosmetiikkatuotteille</b>	Sertifioidun tuotteen pitää olla osa sertifioitua tuotelinjaa
<b>Luonnon- vai luomukosmetiikkasertifikaatti</b>	Kaksi merkkiä: Eco Cosmetics-sertifikaatti luonnonkosmetiikalle, Eco Bio Cosmetics-sertifikaatti luomukosmetiikalle
<b>Luonnollisia raaka-aineita oltava</b>	Tiettyä prosenttimäärää ei määritellä kriteereissä, mutta ICEAn tavoitteissa pyritään siihen, että tuotteiden kaikki raaka-aineet olisivat luonnollisia
<b>Luomuraaka-aineita oltava</b>	Jokaisen tuotteen tulee sisältää vähintään yhtä luomuraaka-ainetta. Kaikkien eläin-, kasvi- ja kasviperäisten raaka-aineiden tulee olla luomulaatuisia
<b>Sertifioituja luomuraaka-aineita oltava</b>	Kaikkien luomuraaka-aineiden tulee olla sertifioituja tai peräisinertifioiduilta keräilyalueilta (poikkeus sallitaan, jos ainetta ei ole saatavilla luomusertifioituna kansallisilta markkinoilta)
<b>Suhtautuminen synteettisiin raaka-aineisiin</b>	Tiettyä prosenttimäärää ei määritellä kriteereissä. Kiellettyjen aineiden listalla ei kuitenkaan ole sertifikaattien yleisesti sallimia säilöntäaineita kuten bentsyylialkoholia tai salisyylihappoa
<b>Suhtautuminen eläimistä peräisin oleviin raaka-aineisiin</b>	Eläinten luonnollisesti tuottamat raaka-aineet ovat sallittuja, mutta ne eivät saa olla peräisin kuolleista eläimistä
<b>Suhtautuminen eläimillä testattujen raaka-aineiden käyttöön</b>	ICEA kieltää valmiiden tuotteiden testaamisen eläinkokeilla (kuten lakikin), mutta sen kriteerit eivät ulotu raaka-aineisiin
<b>Kielletyt muokkaustavat raaka-aineille</b>	Etoksylointi, säteilyttäminen
<b>Auditointi</b>	Auditointi paikan päällä yrityksessä sekä tuotetestejä (joko ilmoittamalla tai ilmoittamatta) vähintään kerran vuodessa. Pakkausmerkinnät, markkinointimateriaalit ym. tarkastetaan myös vähintään kerran vuodessa. Yrityksen on lisäksi perustettava oma laaduntarkkailujärjestelmä
<b>Auditointi raaka-ainetoimittajille</b>	ICEAn auditoinnit koskevat myös raaka-aineita, joiden tulee olla jäljitettävissä

## Liite 6: Cosmos

<b>Sertifikaatti</b>	Cosmos
<b>Omistaja</b>	Cosmos Standard AISBL
<b>Perustamisvuosi</b>	2010
<b>Voittoa tavoitteleva vai aatteellinen</b>	Aatteellinen
<b>Maa</b>	Eurooppalainen
<b>Kosmetiikkatuotteita sertifioituna</b>	-
<b>Sertifiointi yksittäisille kosmetiikkatuotteille</b>	Kyllä
<b>Luonnon- vai luomukosmetiikkasertifikaatti</b>	Kaksi merkkiä: luonnonkosmetiikka ja luomukosmetiikka
<b>Luonnollisia raaka-aineita oltava</b>	95 %
<b>Luomuraaka-aineita oltava</b>	Luonnonkosmetiikka: ei vaatimuksia, luomukosmetiikka: 10-20 %
<b>Sertifioituja luomuraaka-aineita oltava</b>	Kaikkien luomuraaka-aineiden tulee olla sertifioituja
<b>Suhtautuminen synteettisiin raaka-aineisiin</b>	Tiettyä prosenttimäärää ei määritellä kriteereissä. Tiedyt synteettiset raaka-aineet sallitaan, jos niille ei ole tehokkaita luonnollisia vaihtoehtoja, jotka varmistaisivat kuluttajien turvallisuuden ja tuotteen tehokkuuden säilymisen (12 kpl)
<b>Suhtautuminen eläimistä peräisin oleviin raaka-aineisiin</b>	Eläinten luonnollisesti tuottamat raaka-aineet ovat sallittuja, mutta ne eivät saa olla peräisin kuolleista eläimistä
<b>Suhtautuminen eläimillä testattujen raaka-aineiden käyttöön</b>	Kosmetiikan raaka-aineita ei saa testata eläimillä, paitsi lain niin vaatiessa
<b>Kielletyt muokkaustavat raaka-aineille</b>	Etoksylointi, propoksylointi, valkaisu, deodorisointi, ionisoiva säteilytys, sulfonointi, etyleenioksidin käyttö, elohopeayhdisteiden käyttö, petrokemiallisten katalyyttien käyttö
<b>Auditointi</b>	Kuten Ecocertillä, sillä Cosmoksen hyväksymät tuotteet sertifioidaan Ecocertillä
<b>Auditointi raaka-ainetoimittajille</b>	Kuten Ecocertillä, sillä Cosmoksen hyväksymät tuotteet sertifioidaan Ecocertillä